



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LOS
BENEFICIOS DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO
RESTAURANTES, DE LA URBANIZACIÓN LOS CEDROS DE
VILLA, DISTRITO DE CHORRILLOS, LIMA 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

ROSA MORALES VERA

ASESOR:

MG. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

TÍTULO

La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de la MYPES del Sector Servicios – Rubro Restaurantes, de la Urbanización los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.

HOJA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dr. José German Salinas Gamboa
Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Miembro

Lic. Víctor Hugo Espinoza Otoyá
Miembro

Mg. Simón Poma Ancasi
Asesor

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Agradezco infinitamente a dios por haberme dado salud, fortaleza y voluntad para conseguir mis metas y objetivos académicos, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos en las aulas y a mi familia y amigos que me apoyaron para culminar con éxito mi realización profesional.

Con todo cariño dedico este trabajo a la memoria de mi madre y hermana, que inesperadamente partieron al encuentro del señor; por ellas, perseguí mis sueños y logré mis metas, su ejemplo de fortaleza y proactividad me enseñaron que los imposibles no existen si hay voluntad de superarse y reinventarse para una nueva etapa de en nuestras vidas, a ellas mi eterno reconocimiento por haberme impulsado a culminar mis estudios profesionales.

RESUMEN

La presente investigación tiene como título “La Gestión de Calidad y su Influencia en los Beneficios de la Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro restaurant, de la Urbanización los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima - Periodo 2018”; siendo el Objetivo General, determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPES del sector servicio - rubro restaurante, de la urbanización Cedros de Villa Chorrillos, periodo 2018. La metodología de la investigación es cuantitativa, no experimental – transversal – correlacional, se tomó una muestra de ocho (08) MYPES, utilizándose la técnica de la encuesta con 21 preguntas, teniendo como resultado que: el 50% siempre planifica sus metas y objetivos, el 62.50% organiza sus actividades diarias, el 50% a veces implementan procesos de gestión de calidad, el 62.5% supervisa todos sus procesos de gestión, el 37.5% a veces evalúa a sus proveedores o socios estratégicos, el 50% corrige errores de atención y servicio al cliente, el 62.5% nunca capacita a sus trabajadores, el 62.5% a veces implementa mejoras en su estructura física, el 62.5% casi siempre fideliza clientes a través de la mejora continua, el 62.5% casi siempre considera el desempeño de sus trabajadores eficiente, el 50% a veces utilizan la jornada laboral adecuadamente, el 37.5% casi siempre utilizan sus recursos planificada y ordenadamente, el 62.5% casi siempre consideran sus productos confiables, el 50% a veces son innovadores para la mejora de sus productos o servicios, el 62.5% a veces relaciona productividad con gestión de calidad, el 37.5% casi siempre aumenta la rentabilidad ante las mejoras, el 62.5% considera ser competitivo ante otros negocios, el 37.5% casi siempre considera que el reconocimiento da buena imagen, el 62.5% cuenta con capacidad operativa, el 25% siempre tiene acceso a crédito comercial, el 37.5% a veces cuenta con respaldo económico,

Palabras claves: Gestión de Calidad, Influencia en sus Beneficios, Mypes

ABSTRACT

The present investigation has like title "The Management of Quality and its Influence in the Benefits of the Micro and Small Companies of the sector service - rubro restaurant, of the Urbanization the Cedros of Villa, District of Chorrillos, Lima - Periodo 2018"; being the General Objective, determine the influence of quality management on the benefits of the MYPES of the service sector - restaurant sector, of the urbanization Cedros de Villa Chorrillos, period 2018. The methodology of the research is quantitative, not experimental - transversal - correlational, a sample of eight (08) MYPES was taken, using the survey technique with 21 questions, with the result that: 50% always plan their goals and objectives, 62.50% organize their daily activities, 50% a Sometimes they implement quality management processes, 62.5% supervise all their management processes, 37.5% sometimes evaluate their suppliers or strategic partners, 50% correct errors in customer service and attention, 62.5% never train their employees. workers, 62.5% sometimes implement improvements in their physical structure, 62.5% almost always loyal customers through continuous improvement, 62.5% almost always consider the performance or of its efficient workers, 50% sometimes use the workday properly, 37.5% almost always use their resources planned and orderly, 62.5% almost always consider their products reliable, 50% are sometimes innovative for the improvement of their products or services, 62.5% sometimes relate productivity to quality management, 37.5% almost always increase profitability before improvements, 62.5% consider being competitive with other businesses, 37.5% almost always consider that recognition gives good image, 62.5% have operational capacity, 25% always have access to commercial credit, 37.5% sometimes has economic support,

Keywords: Quality Management, Influence on their Benefits, Mypes

CONTENIDO

1. Título	2
2. Hoja de firma del Jurado y Asesor	3
3. Agradecimiento y Dedicatoria.....	4
4. Resumen	5
5. Abstract	6
6. Contenido	7
7. Indice de Tablas, Cuadros y Graficos.....	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	14
2.1 Antecedentes	14
2.2 Bases Teóricas	22
2.3 Marco Conceptual.....	48
III. HIPÓTESIS	53
IV. METODOLOGÍA	54
4.1 Diseño de la Investigación	54
4.2 Población y Muestra	55
4.3 Definición y Operacionalización de Variables	56
4.4 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos	57
4.5 Plan de Análisis.....	58
4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIAS	59
4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS	60
V. RESULTADOS	61
5.1 Resultados	61
5.2 Análisis de Resultados	82
VI. CONCLUSIONES.....	88
Referencias	90
Anexos	93

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 01 y Figura 01	61
Tabla 02 y Figura 02	62
Tabla 03 y Figura 03	63
Tabla 04 y Figura 04	64
Tabla 05 y Figura 05	65
Tabla 06 y Figura 06	66
Tabla 07 y Figura 07	67
Tabla 08 y Figura 08	68
Tabla 09 y Figura 09	69
Tabla 10 y Figura 10	70
Tabla 11 y Figura 11	71
Tabla 12 y Figura 12	72
Tabla 13 y Figura 13	73
Tabla 14 y Figura 14	74
Tabla 15 y Figura 15	75
Tabla 16 y Figura 16	76
Tabla 17 y Figura 17	77
Tabla 18 y Figura 18	78
Tabla 19 y Figura 19	79
Tabla 20 y Figura 20	80
Tabla 21 y Figura 21	81

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por finalidad dar a conocer la importancia de la aplicación de una adecuada gestión de calidad y su influencia en los beneficios en las Mypes del sector servicios rubro de restaurantes.

Las micro y pequeñas empresas actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado, es así como la economía del Perú se ha visto beneficiada por la gran demanda de empleo y producción que generan las MYPES.

Según estadística de Cofide, existen aproximadamente 3,5 millones de micro y pequeñas empresas, que representan el desarrollo económico de nuestro país.

En los últimos decenios se observa un acelerado crecimiento de micro y pequeñas empresas que contribuyen a la economía peruana; actualmente, la gran demanda de empleo se debe a las Mypes; sin embargo, un alto porcentaje de estas son gestionadas por los denominados “empresarios emergentes”; emprendedores, motivados por la necesidad de generar su propia fuente de ingreso, auto emplearse o emplear a sus familiares, quienes generalmente desarrollan sus actividades dentro de la informalidad y en condiciones inadecuadas de realización personal.

Por lo que, en el Perú se viene experimentado un enorme crecimiento en el negocio de la gastronomía, consecuencia de la globalización, que también trae consigo a clientes mejor informados, siendo más exigentes al adquirir un producto y servicio; lo cual, obliga y compromete al empresario a implementar técnicas y estrategias de gestión a fin de producir productos y/o servicios de calidad.

A nivel nacional, Gastón Acuario (2014), señaló durante una entrevista, las proyecciones que puede tener la culinaria peruana. “La cocina de Perú vive un proceso de 20 años de revolución

culinaria y los desafíos han cambiado, tenemos que crecer. Ahora toca ser protagonista de cara a ser el eje central de la gastronomía mundial”.

Según el último estudio “Producción Nacional” 2014-2015 del Instituto Nacional de Estadística – INEI, indica que el crecimiento del subsector de restaurantes se determina por la mayor actividad en comidas rápidas, pollerías, restaurantes turísticos, chifas, comida japonesa y cafés restaurante. Esta demanda culinaria nos da oportunidad de emprender un negocio; lamentable, en el rubro de restaurante estos quiebran por operar, sin planificar u organizarse, convirtiendo este tipo de negocio en un emprendimiento débil y pequeño ante la competencia del mercado, por la baja calidad de sus productos y servicio, falta de mano de obra capacitada y desconocimiento de la gestión de procesos, siendo esto último fundamental para una mejora continua que permitiría obtener productividad y rentabilidad para un crecimiento empresarial.

A pesar de algunas desventajas, muchos peruanos basados en nuestra cultura y tradición, incursionan en la gastronomía peruana por la variedad de potajes y mezcla de sabores de las diferentes regiones del Perú; la cual permite diversificar este negocio con gran actividad comercial lo que produce demanda de empleo en el rubro de restaurantes, dándonos oportunidad de desarrollar una idea familiar o un plan de negocio, es por esto que en el distrito de Chorrillos existen mypes dedicadas al servicio de restaurantes de comida, quienes en su mayoría desarrollan sus actividades dentro y fuera de la formalidad, generalmente estos emprendimientos nacen de la necesidad de personas emprendedoras que vieron en este tipo de negocio una fuente de ingreso diario y trabajo independiente ante la falta de empleo, lo que ayuda en gran parte a cubrir sus necesidades básicas, pero que se encuentran limitadas en su crecimiento por desconocer la influencia de los beneficios de la gestión de calidad que conlleva a una mala gestión como la contratación de personal no capacitado y la falta de disposición de riesgo para innovar.

Por lo mencionado, se hace necesario que este tipo de negocios trabajen en búsqueda de implementar acciones en metodologías de gestión y estrategias a fin de obtener estándares de calidad que cubran las expectativas de los consumidores, el posicionamiento en el mercado y el fortalecimiento ante la competencia para la supervivencia de sus negocios.

Asimismo, el crecimiento de negocios en el rubro de restaurantes y la competitividad obliga al empresario articular todas sus actividades basadas en el conocimiento de sus procesos de gestión de calidad, lo que le permitirá implementar estrategias que involucren el logro de sus objetivos, y el manejo adecuado de sus recursos humanos, tecnológicos y financieros.

A través de esta investigación se evaluó la importancia que tiene la gestión de la calidad aplicada en las actividades que se desarrollan en el rubro de restaurantes; el mejoramiento de estrategias para alcanzar la satisfacción de los clientes, conociendo las características de las micro y pequeñas empresas que vienen siendo gestionadas adecuadamente, aquellas empresas que implementan y supervisan sus procesos para la mejora continua, logrando cierta estabilidad y reconocimiento en el mercado por la calidad de sus productos y servicio que brindan, lo cual servirá como antecedente a los futuros empresarios que deseen evaluar la factibilidad de crear un negocio formal con políticas de calidad y objetivos organizacionales debidamente planificados en este rubro.

Asimismo, la presente investigación tiene como propósito que las Mypes relacionadas al rubro de restaurantes establezcan un sistema de gestión de calidad que este claramente orientado a sus procesos y a la mejora continua. Pues, las organizaciones lograrán el liderazgo en la medida que tengan la habilidad para mantener la excelencia de sus procesos y se comprometan con el constante desarrollo de sus objetivos, siempre orientados a la satisfacción de sus clientes.

Por último, es indudable que el enfoque basado en procesos que tienen las normas NTP-ISO 9000:2001 servirá para reorientar las acciones que se viene haciendo respecto a la Gestión de

Calidad, lo cual permitirá evidenciar la influencia en los beneficios del sistema lo cuales se verán reflejados en la calidad del producto o servicio ofrecidos en el mercado.

La investigación realizada ha evidenciado que la ausencia tecnológica imposibilita el desarrollo de la empresa (de cualquier tipo) y con mayor razón de la MYPES si es que la ciencia, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa.

Por todo lo señalado, se hace necesario la siguiente investigación, la cual nos permite determinar:

Enunciado del Problema

¿Cuál es la influencia de la Gestión de Calidad en los beneficios de la Mypes del Sector Servicio– Rubro Restaurantes, de la urbanización Los Cedros de Villa, distrito de Chorrillos, ¿Lima 2018?

En respuesta a este problema se plantea los objetivos:

a) Objetivo General

1. Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las Mypes Sector Servicio - Rubro Restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.

b) Objetivos Específicos

1. Determinar las Características de una Gestión de calidad en las Mypes del Sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.
2. Determinar si se logra Beneficios con la aplicación de una gestión de calidad en la Mypes del Sector Servicio - Rubro Restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.

3. Determinar si la Gestión de Calidad influye en los beneficios de las Mypes del Sector Servicio - Rubro Restaurantes, de la urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.

Esta investigación se justifica porque dará a conocer las principales características de la Gestión de Calidad y su Influencia de las Mypes del Sector Servicios - Rubro Restaurante, de la urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.

A través de esta investigación se demostrará que la supervivencia y desarrollo empresarial sostenido de las Mypes, es el resultado de una adecuada gestión de calidad que considera una buena gestión de recursos humanos, financieros, logísticos y materiales.

Con la finalidad de mejor entendimiento esta investigación se desarrolla en VI Capítulos: Introducción: I) Enunciado y justificación del problema. II) Revisión de Literatura: Comprende antecedentes, marco teórico y conceptual, III) Hipótesis: Definición de variables, IV) Metodología: Comprende diseño de la investigación, determinación de población y muestra, técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de datos, V) Análisis: Resultados de campo y (VI) Conclusiones: Redacción de las conclusiones de la investigación.

Además, se adicionan las referencias bibliográficas y los anexos que sustentarán los resultados de la investigación.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

A Nivel Internacional

Sánchez (2017) en su tesis titulada Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger; concluyo que:

Se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Dinner de Gualan, Zacapa, Guatemala. Para optar el Título de Administradora de Empresas en el grado académico de Licenciada Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio.

Según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido.

Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (- 0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes.

Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas. (p.54)

Carrillo y Chicaisa (2013) en su investigación sobre Implementación de un Sistema Integrado de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria, en el sector servicio, rubro de catering, de la ciudad de Guayaquil – Quito - Ecuador, para optar una mención de magister en administración de empresas, concluye que:

La realización del presente proyecto se basa en la investigación realizada en una empresa de Catering Industrial de la ciudad de Guayaquil, en donde se generaron múltiples quejas de clientes, debido a factores de contaminación por manipulación o cocción de los alimentos y el incumplimiento de especificaciones en sus productos. El proyecto de implementación contempla el diseño de una metodología de gestión de calidad, orientada a la mejora continua de la cadena de valor, y se convierte en una herramienta útil que integra las normas de seguridad alimentaria, tomando como base los métodos aprendidos en la Maestría en Administración de Empresas con Mención en Gerencia de la Calidad y Productividad. El diseño e implementación del Sistema Integrado de Gestión, está basado en las Normas ISO 9001:2008 e ISO 22000:2005, así como también los procedimientos y modelo de registros que se podrían utilizar en su desarrollo. A través del mismo se cumple con el objetivo de brindar alimentos inocuos, a través de la optimización de los sistemas antes mencionados.

Al finalizar la investigación podemos destacar las siguientes conclusiones:

- El resultado del diagnóstico de la situación actual de la empresa y el cumplimiento de las normas descrito en el capítulo II, nos permite concluir que es factible la creación de un Manual Integrado de Gestión y Seguridad Alimentaria, cumpliendo con los estándares ISO 9001-2008 e ISO 22000:2005, para el aseguramiento y control de los alimentos procesados a lo largo de la cadena de valor, lo que permitirá reducir las quejas de los clientes.

- La metodología desarrollada para la implementación del Sistema Integrado de Gestión en el Catering Industrial permitirá analizar, medir y mejorar el flujo de la cadena de valor, la estandarización de los procesos y la documentación de los mismos.
- El compromiso de la Dirección reflejado en el diagnóstico inicial indica una oportunidad de mejora que la empresa ha identificado plenamente. Esto garantiza en el corto plazo, el involucramiento a todo nivel para la implantación del Sistema Integrado de Gestión, mediante capacitaciones a todo el personal y especialmente orientadas a la formación de auditores internos.
- La implementación del Sistema Integrado de Gestión de Calidad permitirá mejorar la capacidad operativa de la empresa, de tal manera que se puedan identificar, prevenir y controlar los peligros potenciales que puedan afectar a la calidad del producto.
- La disminución del porcentaje de quejas de los clientes será totalmente factible mediante la aplicación del Sistema Integrado de Gestión por cuanto los procesos de la cadena de valor estarán controlados y permitirán a la vez la optimización de costos y tiempos de producción. (p.69, p.70)

López (2018) en su investigación titulada Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del sector de servicio, rubro restaurante de la ciudad Guayaquil – Ecuador. Para obtener el grado de magister en administración de empresas, concluye que:

A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron

algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente. (p. 80)

A nivel Nacional:

Ríos (2015) en su investigación de Gestión de Calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco – Trujillo - Perú. Para el grado académico de Licenciado de Administración; concluye:

Que el 50% de los representantes legales o gerentes de la MYPE, del rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención; el 85% respondieron que la calidad es importante para organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad,

como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. (p. 67)

Antúnez (2016) en la tesis realizada sobre: Gestión de Calidad en atención al cliente de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurant, en la ciudad de Huarmey, Ancash – Perú 2016. Para optar el Título Profesional de licenciado de Administración, concluye que:

Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas. la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las microempresas contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación

del producto. (p. 38)

Torres (2013) en su tesis sobre: Caracterización de la Gestión de Calidad en las Mypes de sector servicio – rubro cevicheras del P.J: Miraflores Bajo de la Ciudad de Chimbote, Ancash – Perú 2013. Para optar el Título Profesional de licenciado de Administración; concluye que:

Respecto a los datos generales del encuestado la mayoría de los representantes de la MYPES encuestadas del sector servicio rubro cevicheras del PJ. Miraflores Bajo de la Ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria. Respecto a los datos generales de la empresa la mayoría de los representantes de la MYPES encuestadas del sector servicio rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, tienen de 1 a 10 trabajadores, con un tiempo de actividad empresarial de 5 años a más, desconociendo sobre técnicas de gestión empresarial, en la cual solo se reconoció la técnica de mejora continua para su negocio, presentándose ante sus trabajadores como jefes, por consiguiente, los representantes afirma en su mayoría que siguen un plan estratégico para aumentar su rentabilidad, dando a entender la mayoría de representantes que el plato de mayor acogida es el ceviche y los día de mayor concurrencia son los fines de semana. Respecto a la gestión de calidad de la empresa la mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 mantienen los estándares de calidad en su empresa, lo cual en su mayoría perciben que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos, obteniendo como resultado clientes satisfechos, los representantes afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH, siendo el motor de empuje para óptimo funcionamiento. (p.40)

A nivel Local:

Román (2015) en la tesis respecto a Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurante de comida china del Distrito de Barranco, Lima - Perú, periodo 2014-2015. Para optar el Título Profesional de Licenciada de Administración; concluye que:

Sobre las Mypes, El porcentaje de Mypes del rubro Restaurantes Chifas en el tiempo de funcionamiento oscila entre el 43% de los restaurantes encuestados tienen entre 6 a 10 años en el mercado, siendo dos los más tradicionales por herencia de familia, con un 29%. Debido a la gran demanda de estos restaurantes y la exigencia de las instituciones y clientes, el 100% de los restaurantes son formales ante SUNAT, Municipalidad y DIGESA. Además, el 72% son empresas jurídicas y 57% naturales. Este tipo de negocios en el Perú son muy rentables. Sobre el financiamiento, El 71% de los restaurantes ha iniciado sus negocios con algún tipo de préstamo. Los préstamos solicitados para iniciar sus negocios provinieron sólo de dos fuentes: familiar (29%) y bancario (71%). El 43% del destino de los préstamos fue para compra de activos. Los préstamos solicitados por los emprendedores para iniciar sus negocios oscilaron entre 2,500 a 7,500 nuevos soles y fueron pagados en un año. El 57% tuvo inconvenientes a la hora de solicitar préstamos, por la demora en el otorgamiento del crédito. Sobre la rentabilidad. El 100% de los emprendedores de los restaurantes Chifas, consideran que sus negocios son muy rentables. Las ventas mensuales de los restaurantes oscilan mayormente (57%) entre 20,000 y 60,000 nuevos soles. Los costos mensuales oscilan entre 5,000 a 10,000 (43%). El 43% de las Mypes han invertido 60,000 a 90,000 nuevos soles en activos. Sobre los emprendedores, El 71% de los emprendedores ha iniciado su negocio por la necesidad de un puesto de trabajo. Las características de los empresarios de este

tipo de negocio es ser emprendedores, estrategas, organizadores, planificadores arriesgados y sobre todo visionarios, dado que existe un restaurante Chifa de gran tradición en Barranco, los nuevos emprendedores, deben arriesgarse en invertir y planificar su estrategia de mercado. (p. 80). Goicochea (2015) en el estudio elaborado sobre Gestión de Calidad en la Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Boulevard Gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, Lima – Perú, periodo 2015, para optar el título de Licenciada de Administración, concluyo:

Respecto a los representantes legales se llegó a la conclusión que el total de representantes legales de la MYPE encuestados son peruanos, la mayoría de ellos son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría de ellos son del género masculino, cuentan con estudios secundarios y la gran parte son casados.

Respecto a las MYPE se concluye que la gran mayoría tienen funcionando en el mercado por más de 7 años a más, y la cantidad de trabajadores que cuentan estas MYPE son de 1 a 4, siendo la gran mayoría trabajadores permanentes.

Respecto a la gestión de calidad, en cuanto a gestión de calidad se llega a la conclusión que la gran mayoría de los representantes legales de la MYPE del rubro restaurantes del boulevard gastronómico de Villa María del Triunfo, si tienen conocimiento en gestión de calidad; pero no existe interés por los propietarios y/o administradores en poner en práctica los diferentes procesos que te ofrece este tema de la gestión de calidad. La mayoría de la MYPE no

Desarrollan ninguna política de calidad, la capacitación que efectúa a sus trabajadores es de forma empírica; por lo que mucho de ellos no están preparados completamente para desempeñarse en el cargo asignado, en cuanto a la publicidad solo utilizan paneles y con respecto a eventos o promociones no suelen realizarlo. (p.93)

Hernández (2017) en la tesis respecto a la satisfacción del cliente y el nivel de fidelización en restaurantes familiares de San Miguel, San Isidro y Jesús María, para optar el Título Profesional de Licenciado en Gastronomía y Gestión de Restaurantes; concluye:

- Con respecto a la comida se deben tomar acciones inmediatas como por ejemplo la implementación de platos del día, temporada o recomendaciones del chef, para así dar opciones nuevas a los clientes.
- Es importante siempre tener en cuenta el estado de la infraestructura del local, menaje, mobiliario, ya que esto hace que las personas se sientan en un ambiente cómodo.
- Se deben implementar capacitaciones de servicio las cuales ayuden a los empleados en general a saber manejar a los clientes, puesto que existen diferentes tipos de ellos, saber identificar las necesidades de estos.
- Fortalecer la calidad de servicio por parte de los empleados a efectos de que se constituya en una ventaja competitiva y lograr la fidelización de sus clientes.
- Es fundamental realiza una evaluación regular sobre satisfacción al cliente a través de la metodología del cliente incognito, para tomar los correctivos necesarios y mejorar el nivel de ventas.
- Se puede considerar el tema de seguridad en los locales, para estudios futuros, ya que recientemente se ven casos de robos, secuestros, y hasta asesinatos en restaurantes.

2.2 Bases Teóricas

Definición de Micro y Pequeña Empresa – Mype

Artículo 2° de la Ley N° 28015 de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa -

Disposiciones Generales, señala:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

a) Características de la MYPES

En la actualidad la legislación acerca de las MYPE está comprendida dentro de la “**LEY DEL IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL**”, recogida en el Texto Único Ordenado, aprobado mediante el D.S. N° 013-2013-PRODUCE, publicado el 28 de diciembre de 2013.

En ese sentido se han integrado las leyes N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 y las leyes N° 29034, N° 29566, N° 29903 y N° 30056. La definición del tamaño de la empresa será solo por el volumen de las ventas.

La Mypes deben ubicarse según sus características en las categorías empresariales considerando en función a sus ventas anuales y deben estar registrados como tales en REMYPE (Registro de Micros y Pequeñas Empresas):

Artículo 3° de la Ley N° 28015, modificada con Decreto Legislativo N° 1086 “Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del

acceso al empleo decente” señala: Microempresa: de uno (1) hasta diez trabajadores inclusive, y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive, y ventas anuales superiores hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

b) Tipos de MYPES:

Según Huamán, (2009). “Las MYPE en el Perú”, tenemos tres tipos de MYPES:

MYPES de Acumulación

Las MYPES de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

MYPES de Subsistencia

Las Mypes de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

Nuevos Emprendimientos

Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización, el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

c) Importancia de la MYPES

La importancia de las MYPES se sustenta debido a:

- Contribuye en el desarrollo económico del país
- Genera una demanda laboral
- Impulsa las actividades empresariales de otros sectores
- Motiva el emprendimiento y crecimiento empresarial
- Genera puestos de trabajos
- Reduce la pobreza
- Aumenta el poder adquisitivo debido a la generación de ingresos
- Impulsa el mercado financiero.

d) Objetivos

El principal objetivo de las Mypes, es la implementación de la mejora continua en sus procesos, a fin de conseguir estándares de buena calidad de sus productos y servicios que permita el reconocimiento en el mercado nacional e internacional, contribuir con el desarrollo económico del país y rentabilidad para la continuidad de sus actividades; dentro de la formalidad legal y tributaria, a fin de procurar beneficios que contribuyan al crecimiento empresarial y a la toma de decisiones acertadas y correctivas que puedan adoptar las entidades del estado para fortalecer estos negocios.

Teoría de la Gestión de Calidad

Gestión de Calidad Total Pillou, J. (2004)

En su artículo sobre calidad, manifiesta que la Gestión de Calidad Total, se refiere a la

implementación de un plan empresarial basado en un procedimiento de calidad que involucra a todos los empleados, es decir una estrategia completa por la cual una compañía entera usa todos los recursos para satisfacer a sus beneficiarios en términos de calidad, costo y plazo. Se debe desarrollar un "espíritu de calidad" y todos deben compartirlo para que la gestión de calidad total tenga éxito.

Trilogía Juran J. (1954) sobre Gestión de Calidad

Juran J. (1974). "Calidad es la adecuación al uso, es un concepto universal aplicable a todos los bienes y servicios, la adecuación al uso está determinada por las características de los productos o servicios que el cliente reconoce como beneficio para él."

Joseph M. Juran señaló que "para obtener calidad, es necesario que todos participen desde el principio. Si únicamente se hicieran inspecciones de la calidad, sólo estaríamos impidiendo que salieran productos defectuosos, pero no evitaríamos que se produjeran defectos".

La Trilogía de Juran sobre la Gestión de la Calidad, se basa en tres aspectos:

Es el conjunto de tres premisas básicas que todo empresario debe considerar para aumentar su productividad basada en la calidad de sus productos y resultados a través de la gestión de calidad que implica tres aspectos importantes:

- **Planificación de la Calidad:** Implica conocer e identificar los requerimientos del cliente y a partir de ello desarrollar productos que se ajusten a sus necesidades.
- **Control de Calidad:** Producir productos o servicios bajo estándares, reduciendo al mínimo operaciones que no agregan valor (inspección).
- **Mejora de la Calidad:** Optimizar los procesos.

J, M Juran en su libro Juran y el Liderazgo de la calidad publicado en 1989, menciona que la

calidad se basa en dos principios 1) la inspección del producto por los consumidores, y 2) el concepto de artesanía, este segundo punto se refiere a la confianza depositada de los consumidores en los responsables de producir el bien consumido. A través de sus estudios ha dejado demostrado que se debe procurar la planificación de los procesos para lograr un estándar de calidad esperada en el mercado, a) El control de calidad apoya la identificación de lo planificado de los acontecimientos reales que permite tomar las acciones necesarias para que se cumpla lo planificado, b) La mejora de la calidad se refiere al reto de la calidad, esto busca la mejora continua más allá de todo pronóstico favorable o desfavorable, la empresa debe siempre estar en la busca de mejoras para lograr diferenciarse de la competencia y fidelizar a sus clientes.

Gestión de Calidad - Modelo Europeo De Excelencia (EFQM)

Según Pillou, J. (2004) nos explica el modelo EFQM por excelencia que está basado en un concepto que consiste en evaluar la calidad de acuerdo a un criterio de 9 puntos:

- Liderazgo
- Administración de empleados
- Política y estrategia
- Sociedades y recursos
- Procesos
- Satisfacción del empleado
- Satisfacción del cliente
- Integración en la comunidad
- Resultados operativos

Estos criterios están equilibrados y se dividen en dos categorías: Factores (que corresponden a

los primeros cinco puntos) y Resultados (los últimos cuatro) de modo que una compañía puede cuantificar el nivel de calidad alcanzado y situarse a sí misma en relación con las demás empresas.

López, J. (2010) nos muestra un resumen del libro Fuera de la Crisis hecho por William E. Deming, en donde nos explica dos aspectos muy importantes en los que pone acento: el primero de ellos consiste en establecer que se entiende por calidad, concepto difícil para los occidentales y lo detalla de la siguiente manera: “La dificultad en definir calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará. Esto no es fácil, y tan pronto como uno se siente exitoso, encuentra rápidamente que las necesidades del cliente han cambiado y que la competencia ha mejorado, hay nuevos materiales para trabajar, algunos mejores que los anteriores, otros peores, otros más baratos, otros más caros.

Evan y Lindsay (2000) en su investigación manifiestan que existe complejidad al tratar de definir claramente la calidad ya que existen muchos factores que se vinculan a este concepto, citaron en su investigación a David A. Garvin al reconocer las ocho principales dimensiones de la calidad, rendimiento, características, confiabilidad, conformidad, durabilidad, capacidad de servicio, estética y calidad percibida, todo lo mencionado se vinculan a la percepción del cliente al recibir un producto o servicio, Evan y Lindsay (2000) citaron al American National Standards Institute (ANSI) y a la American Society for Quality (ASQ), instituciones que definen la calidad como “totalidad de las características y herramientas de un producto o servicio que tiene importancia en relación con su capacidad de satisfacer ciertas necesidades dadas” (p.15)

- **Teoría de Gestión:**

Gestión es la actividad principal de todos quienes involucran una organización manteniendo un fin común mediante la determinación de políticas, normas, reglamentos, estatutos designando las responsabilidades del caso y con el único propósito de mantener y mejorar un Sistema de Gestión de Calidad. La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. La gestión empresarial desde tiempos atrás se ha visto como una ciencia que estudia y ve detalladamente la contabilidad, la fiscalidad y la seguridad social los cuales son temas puramente administrativos, pero hoy en día podemos ver que es mucho más que ello ya que abarca todo ciclo de negocio de la empresa desde una simple mejora de un método de producción hasta la buena utilización de los recursos, pasando por la forma de conseguirlo y administrarlo. La gestión empresarial es un talón de Aquiles de muchos empresarios ya que cuando llega la hora de poner los papeles en orden, las facturas, anotar los gastos, les entra cierto malestar o desasosiego. Por otro lado, no ven con claridad la utilización que tiene y se basan únicamente en criterios empresariales, sin considerar todas las herramientas que un buen empresario utilizaría como es la formación continua, la búsqueda de la información precisa y útil para la empresa, la elección de las mejores alternativas para alcanzar los objetivos, la aplicación de innovaciones técnicas. (Rhea, 2010.)

Gestión y sus Funciones: Gonzales, 2014 explica:

Existen cuatro funciones básicas

- Planeación
- Organización
- Dirección

- Control

Por tanto, la capacitación en cuestión empresarial agrícola deberá fortalecer en todo momento los conceptos referidos a las 4 funciones básicas:

Planeación. - Esta función contempla definir las metas de la organización, establecer una estrategia global para el logro de estas metas y desarrollar una jerarquía detallada de planes para integrar y coordinar actividades, contempla las siguientes actividades:

- Asignación de recursos.
- Programación

Organización. - Es la manera de diseñar la estructura de un negocio o empresa. Incluye la determinación de las tareas a realizar, quien las debe realizar, como se agrupan las tareas, quien reporta a quien y donde se toman las decisiones. La estructura organizacional debe diseñarse de tal manera que quede claramente definido quien tiene que hacer determinadas tareas y quien es responsable de los resultados.

Dirección, conducción y liderazgo. - Toda empresa, negocio, organización o institución está formada por personas, es responsabilidad de los administradores dirigir y coordinar las actividades de estas personas. La dirección consiste en motivar a los subordinados y dirigir las actividades que realizan para alcanzar los objetivos de la empresa.

Control. - Una vez fijadas las metas, formulado los planes, delineados los arreglos estructurales, entrenado y motivado el personal, existe la posibilidad de que algo salga mal. Para asegurar que las cosas vayan como deben, se debe monitorear el desempeño del negocio u organización para comparar los resultados con las metas fijadas y presupuestos. (p.15, p.16, p.17)

Dirigir Comprende:

Producir: Resultados, metas,

eficacia.

Administrar:

Eficiencia, funciones.

Emprender: Crear, innovar.

Integrar: Personas, equipos y cultura

Liderazgo: Capacidades del Líder o Gestor

Revolledo, (2012) citado por Gordillo, (2014) escribió:

El gestor es la persona encargada de liderar el proceso de gestión. Esta persona debe poseer ciertas cualidades que le permitan aplicar su capacidad y desempeñar diversos roles de gestión. A continuación, se presenta un listado de 10 cualidades propias de un gestor exitoso.

- Da una dirección clara: Establece objetivos explícitos, junto con normas precisas para el personal. Los gestores guían al personal informando oportunamente sobre los objetivos generales o grupales, pero también ayuda a establecer metas individuales para los colaboradores. Promueve la participación de su personal en la determinación de los objetivos, delegando responsabilidades de manera clara y precisa.
- Estimula la comunicación abierta: Se muestran honestos y directos con el personal, contribuyendo a crear un ambiente de franqueza y de confianza.
- Prepara y apoya a su personal: Lo cual indica que trabaja de forma constructiva, ayudando a los demás colaboradores. Uno de los principales aspectos del liderazgo eficaz es representar a los subordinados ante los superiores.
- Brinda reconocimiento: De manera objetiva, están dispuestos a otorgar reconocimientos por el buen desempeño de los empleados. Las recompensas que se brindan guardan

proporción con los logros alcanzados y el rendimiento en el trabajo, por encima de la antigüedad o de las relaciones personales.

- Establece controles: Hace un seguimiento permanente a los asuntos y acciones importantes, proporcionando retroalimentación de forma oportuna.
- Selecciona e incorpora al personal idóneo: Atrae a los mejores talentos en términos de capacidades y aptitudes, para que en conjunto se cumplan los objetivos de la empresa y lograr la visión.
- Conoce las implicaciones financieras de sus decisiones: Para ser un buen gestor es esencial estar consciente de los costos y gastos que generan sus decisiones, ya que estos afectarán el beneficio de la organización. También deben estar atentos a las variaciones en ingresos que puedan llegar a presentarse.
- Estimula la innovación y el surgimiento de nuevas ideas: Incluso en las organizaciones conservadoras es primordial que los líderes promuevan el surgimiento de soluciones innovadoras, las cuales redundarán en la competitividad y el rendimiento económico.
- Toma decisiones claras: No entran en debates, sino que toman decisiones de manera oportuna. Así brindan una dirección clara para los subordinados.
- Mantiene un alto nivel de integridad: Ganándose el respeto de sus subordinados al actuar de forma ética y cónsona.

Teoría de la Calidad

Deming, (2014). el padre de la calidad, desarrollo diversas investigaciones

para considerar a la calidad como una teoría para la optimización de procesos y orientarlos a la percepción del cliente, según The W. Edwards Deming Institute (2014).

Deming como resultado de todas sus investigaciones desarrollo el (SoPK), sistema de conocimiento profundo, en esta investigación en uno de sus párrafos señala.

“Al gerenciar apropiadamente aplicando los principios del SoPK, un negocio puede simultáneamente reducir costos a través de la reducción de desperdicios, reelaboración, desgaste del personal y litigios, mientras se incrementa la calidad, fidelidad del cliente, satisfacción del personal y, en última instancia la rentabilidad” (párr. 1).

Según Demming la empresa debe funcionar como un sistema, debiendo tener una relación entre la teoría y la calidad que debe ser incrementada en los productos y servicios a través de la mejora de todos sus procesos.

Calidad

La calidad se ha convertido en una necesidad estratégica y en un arma para sobrevivir en mercados altamente competitivos. La empresa que desea ser líder debe saber qué espera y necesita su clientela potencial, tiene que producir un buen producto y servicio, debe cuidar las relaciones con sus clientes. (Rhea, 2010)

Todas las organizaciones deben considerar, y establecer objetivos en todos sus procesos a fin de definir en todos sus niveles ciertos estándares que permitan un sistema de gestión de la calidad eficiente.

Objetivos de la Calidad

Las acciones que conllevan al desarrollo de los Objetivos de Calidad deben reunir ciertas características, siendo primordial e importante que las empresas cuenten con una Planificación Estratégica, que le permita evaluar aspectos importantes en relación a las políticas de la calidad,

con respecto a su medición, que sean medibles, que sean certeros en cuanto a la aceptación y satisfacción del cliente, que se pueda ir innovando en el tiempo y factible de seguimiento.

Las Ventajas que trae consigo una buena gestión de calidad, se debe considerar como una ventaja competitiva ya que contribuye a mejorar la imagen ante los competidores, clientes y colaboradores.

La implementación de la mejora continua dentro de los procesos en una empresa ofrece beneficios a las mejoras de la empresa, al control del desempeño de procesos, ayuda a descubrir talento humano al mismo que genera la motivación y el compromiso de estos y permite ofrecer servicio o productos de alta calidad a corto plazo

Características de calidad - Restaurante

Según Vera M. (2004) la calidad en el servicio de un restaurante es una parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones. Esta comprende al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionado con la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera en que el servicio fue entregado. Para que un restaurante logre la calidad en su servicio, este debe cumplir con las necesidades y expectativas de sus clientes, ya que ellos son lo más importantes y quienes determinan que tan bueno es el servicio ofrecido por un establecimiento en particular.

Existen dos tipos básicos de características; para identificar y medir las características de la calidad de los servicios hay que distinguir dos tipos básicos de características de calidad. El primer tipo controla y estabiliza en un nivel, aunque la mejor cambie este nivel. El segundo tipo es una característica cuyo nivel es cero (0) y que se está llevando continuamente hacia esa meta. No se estabiliza, aunque su estabilización sea una práctica común. Calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del

cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

Concepto de Restaurante

Un restaurante es un “establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas ahí mismo, en el que se cobra por el servicio prestado”. (Morfin, 2004, pág. 15).

(Dumas, 1970) entendemos por restaurante aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diversos tipos. Un restaurante (o restaurant como también puede conocerse) es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él. Sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se otorga a los clientes a cambio de un pago y no gratuitamente.

A Boulanger se le acredita ser el creador del primer restaurante al ofrecer un comedor dentro de su establecimiento donde los comensales podían comprar y consumir una variedad de alimentos preparados (Ditmer, 2002).

Importancia de los Restaurantes

(López Regalado, 2009) afirma: Son importantes porque son una forma de comodidad y practicidad. Además de ello es un lugar donde las personas u extranjeros que andan conociendo el paisaje, puedan sentarse a disfrutar de 20 bebidas exóticas del lugar y puedan tener un momento para descansar del recorrido que se realiza para conocer los lugares colindantes a estos.

Debido al gran auge gastronómico en nuestro país, los restaurantes se han convertido en centros sociales donde se puede degustar diversos potajes con preparaciones especiales los cuales se presentan con estilos diferentes y en lugares determinados a fin de captar a clientes con diversos gustos y necesidades.

Tipos de restaurantes:

Tenemos cuatro tipos de restaurantes principales, dependiendo de la influencia de algunos factores como es costumbres, ambiente social, hábitos, gustos y preferencias:

a) Restaurante Gourmet:

Estos restaurantes se basan por la especialidad de sus platos y fusión culinaria, se caracterizan por la sofisticación en la preparación y presentación de sus productos, el servicio y cocina es de primera, todos los detalles están cuidadosamente preparados, el ambiente, la decoración, la comida, los vinos y licores; además que utilizan la vajilla y mobiliario de calidad, se consideran como restaurantes de elite.

b) Restaurantes bufet:

Este tipo de restaurantes son aquellos que presentan una variedad de comida a disposición del comensal quien puede escoger a gusto o antojo el alimento que desee consumir, se puede definir que estos operan como un self service o tenedor libre donde se ofrecen opciones de menú por un precio fijo por comensal, generalmente la presentación de sus platos es por especialidad, comida criolla, oriental, japonesa, carnes, etc. La ventaja de estos restaurantes es que reduce la contratación de personal y ofrece al cliente la posibilidad de elegir libremente los alimentos que desea consumir.

c) Restaurantes Temáticos:

Se diferencia de los anteriores ya que utilizan una gastronomía exótica, creativa, su decoración y ambientación está en base a la comida que se ofrece, su finalidad es transportar al comensal a otra época, lugar o cultura, se relacionan todos los elementos en la presentación de sus platos.

d) Comida para llevar:

Es el término que se da a la comida rápida, preparada servida en un restaurante para ser consumida fuera, el concepto es ofrecer variedad de comida. El servicio de atención prima en este tipo de negocio a menos tiempo de espera mejor calidad de servicio. Se debe considerar que los estándares de calidad y precio pueden ser variados, ya que este tipo de negocio utiliza generalmente recipientes desechables, asimismo se considera una alternativa a la necesidad de los clientes que utilizan este servicio por comodidad.

Concepto de Sector Servicio:

Se tiene entendido que el sector servicio aporta al PIB de las grandes economías de países desarrollados o en vías de desarrollo, ya que estos son generadores de empleos. La diversidad de los servicios ha permitido su crecimiento y aumento en cualquier ámbito originado por la demanda de las actividades que realiza el ser humano.

Arriagada (2007), y que se le atribuye a Hill (1977), ya que contiene un elemento fundamental que es la modificación de la situación de una persona o un bien, y esta modificación por la acción del servicio puede ser intangible o tangible. La cuestión intangible esta generalmente aceptada, pero podríamos agregar a la definición funcional, la materialización de algunos servicios, como pueden ser la realización de un banquete, la elaboración de la contabilidad de una persona, la producción de alguna película o programa televisivo, incluso la publicidad de alguna empresa, ya que son servicios que se materializan, y que además esta prestación no necesariamente tiene que ser personal ni inmediata. Al parecer, lo más conveniente es separar y señalar claramente el destino del servicio, si es de uso final o intermedio, si está a la venta o no (servicios públicos), además de

la intensidad de mano de obra o de capital.

Arriagada (2007: 30) explica muy bien el trato que se le ha dado al sector terciario, y señala que la noción de lo que son los servicios es ambigua y engañosa, y explica tres perspectivas para la definición de servicios: “Un enfoque positivo de servicios que los caracteriza como intangibles, invisibles y perecederos con simultaneidad entre la producción y el consumo. Un enfoque residual que los caracteriza como toda aquella producción que no corresponde a bienes. Una definición funcional, como una actividad en la que existe un cambio en las condiciones de una persona o de un bien, previo consentimiento del consumidor y del productor”.

Servicios – Características

Kotler, (1999) menciona que los servicios se caracterizan por intangibles, inseparables, variables y perecederos.

Intangibles: Los servicios no pueden ser captados por los sentidos, es decir no pueden ser ni tocados, olidos, oídos, vistos o degustados.

Inseparables: Para la transacción de un servicio se lleve a cabo es necesario la presencia tanto del proveedor del servicio como del cliente que lo recibe. La interacción entre el cliente y el empleado es una parte del producto de las empresas del servicio.

Variables: La calidad de los servicios depende de quién es la persona que los lleva a cabo, el tiempo y el lugar en el que son llevados a cabo.

Perecedero: Los servicios no se pueden guardar o almacenar.

Características del servicio de calidad

Según Sulek & Hensley (2004) un componente esencial para que una comida sea satisfactoria para el cliente es el sabor de los platillos, pero un buen servicio y una decoración placentera son también importantes en un restaurante de servicio completo.

La industria hospitalaria está formada por aquellos negocios que ofrecen comida, bebidas y hospedaje a los viajeros (Dittmer, 2002). Por lo anterior se considera a los establecimientos de comida dentro de esta industria. El mismo autor afirma que uno de los rasgos principales de los restaurantes es su servicio, pues la gente juzga un restaurante basándose en la calidad de sus servicios (profesionalismo, velocidad y cortesía).

A fin de ofrecer un servicio de calidad en restaurantes se debe considerar y supervisar el cumplimiento de algunas características respecto a la atención al cliente:

- Recibir al cliente con un saludo amable
- Brindar lugar confortable.
- Dar sugerencia que ayude su decisión de pedido.
- Ofrecer bebidas o algún aperitivo durante la toma de comanda.
- Pasar la orden.
- Estar atento ante cualquier solicitud del cliente.
- Revisar la mesa constantemente.
- Despedir al cliente cordialmente.

Características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013) las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los

asuntos con seriedad e integridad

- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente. Lo anterior son términos que

describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:

- Impacto de la calidad en el servicio
- Niveles de exigencias

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones: La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece. Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes. La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato. Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

Aniorte, (2013) nos dice que la actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato.

Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

Características del servicio de calidad Según Aniorte (2013) algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Gestión de la Calidad y sus Beneficios.

Kotler (2012) a las empresas no les cabe elección y deben aceptar la gestión de la calidad si quieren permanecer en el mercado de forma rentable. Existe una alta correlación entre la calidad del producto o servicio, el nivel de satisfacción del usuario y la rentabilidad de la empresa. Así, unos niveles altos de calidad conducen a mayores niveles de satisfacción de los clientes, lo que al mismo tiempo posibilita el establecimiento de precios más altos. Por tanto, los programas de mejora de la calidad incrementan, normalmente, la rentabilidad empresarial.

La gestión de calidad reporta varios beneficios, pero los mismos deben exigirse siempre a mediano y largo plazo. Pretender resultados a corto plazo ha sido la causa fundamental del fracaso de muchos programas de mejora, debido a que la gestión de la calidad es una estrategia que permite alcanzar niveles superiores y sostenidos, de desempeño empresarial, que se inician con una reducción gradual de los costos de no conformidad (costos de: retrabajo, reproceso, reinspección, desperdicios, de atención, de quejas y reclamaciones, entre otros) que provocan un incremento de la productividad, hasta llegar a la entrega de productos de mayor valor para los clientes, que lógicamente incrementarán las ventas y consolidarán la imagen de la organización, a mediano y

largo plazo.

Inicialmente la prioridad debe ser el logro de la eficacia, tomando como indicador fundamental la satisfacción del cliente, el incremento sostenido de este indicador va a repercutir en la eficiencia y en el desempeño de la organización, lo cual provocará a mediano y largo plazo el incremento de la efectividad en la gestión.

Beneficios de la Gestión de Calidad a corto y mediano plazo.

- Reducción de costos. Se minimizan los costos de no conformidad
- Mayor posibilidad de evaluación de resultados y garantía de correcta utilización de los recursos.
- Mejoramiento del clima organizacional. Menos conflictos internos y mayor interrelación entre diferentes áreas.
- Mayor previsión de cumplimiento de los objetivos fijados por Ley, garantía de uso de los conceptos de ética, ciudadanía, producción sustentable y reducción de impactos ambientales.
- Planificación, organización y control de las acciones de formación profesional.
- Medir la calidad de servicio y/o producto ofrecido a través de la satisfacción del cliente.

Beneficios de la Gestión de Calidad a largo plazo:

- Incremento en el número de clientes.
- Incrementar las ventas
- Confianza en los productos de la institución.
- Mejoría en la imagen institucional y su credibilidad.

Mejora de la Calidad – Sistemas de Gestión de Calidad basadas en ISO

Mejora significa la creación organizada de un cambio ventajoso o el logro de unos niveles de comportamiento sin precedentes. Es algo así como un Avance. (Juran, 1990)

Para ISO 9000:2000, la Mejora de la Calidad es una “parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad”. Esto tiene mucho que ver con el seguimiento que realiza la organización a los logros alcanzados en materia de calidad, a fin de lograr niveles óptimos a lo largo del tiempo en lugar de estancarse o decaer. (Fondonorma-ISO 9000:2005, 2006).

Definición ISO 9001-2008:

Se considera la ISO 9001-2008, como una norma técnica internacional que reúne todos los aspectos de gestión administrativa de calidad, la cual permite un sistema efectivo para administrar y mejorar todos los procesos a fin de elevar la calidad de los productos y servicios de una empresa. La acreditación ISO 9001:2008, permite que los agentes certificadores puedan realizar auditorías para el cumplimiento de las condiciones estipuladas en la norma.

Beneficios del Sistema de Gestión de Calidad – ISO 9001

Se considera que un Sistema de Gestión de Calidad implica el cumplimiento de normas y estándares de nivel internacional que repercute en beneficio de la empresa y de los clientes. Tenemos como

Beneficios Principales:

- Maximiza la eficiencia de sus procesos a través de directrices sencillas, capacitaciones y entrenamientos menos complicados permitiendo que los empleados de la organización adquieran el conocimiento necesario en el menor tiempo y costo.

- El enfoque del Sistema de un Gestión de Calidad clarifica funciones y roles busca el trabajo en equipo, la motivación de los empleados, que se identifiquen con lo que hacen, que se sientan satisfechos desarrollando sus labores, consiguiendo con esto un mejor desempeño para el éxito del negocio o empresa.
- Se consigue mejoras en la gestión de procesos, a través del sistema de documentación y análisis que permite la toma de decisiones correctas, eliminando riesgos y errores de gastos y costos.
- Se define los objetivos de calidad dentro de la organización, a través de una comunicación clara, fluida y responsable.
- Genera confianza en los clientes por los productos y servicios de alta calidad que ofrecen en el mercado.
- Se obtiene mayor rentabilidad, considerando que los productos y servicios son de mejor calidad, lo que permite costos bajos.
- A través de un sistema de gestión de calidad, se puede revisar sistemáticamente y analizar los índices que permite cubrir las necesidades del cliente, siendo el principio de mejora continua.
- La organización adquiere capacidad de respuesta ante los cambios y necesidades del mercado, facilita el desarrollo de nuevas tecnologías, aumenta la capacidad de producción y comercialización.

De los Beneficios por la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 - (Restaurante).

- Se eleva el reconocimiento de la imagen de la empresa.

- Aumenta la productividad y la eficiencia dentro de la organización.
- Se obtiene niveles altos de satisfacción del cliente.
- El cliente tiene una buena percepción de calidad de los productos y del servicio
- Se incrementa la rentabilidad del restaurante.
- Se alcanza progreso interno y externo de la empresa en cumplimiento de las políticas y objetivos.
- Baja y elimina el volumen de los desperdicios.
- Elimina las horas ociosas y trabajo duplicado optimizando los tiempos.
- Permite medir la confianza del cliente y la aceptación del producto o servicio ofrecido.

Herramientas Modernas de la Gestión de Calidad

El Benchmarking nace en Estados Unidos a finales de los años sesenta, convirtiéndose en una herramienta de gestión empresarial desde finales de los ochenta en EEUU. Se trata de una herramienta de autoevaluación y evaluación comparativa del rendimiento de la empresa, y por otro el benchmarking se puede utilizar como proceso de aprendizaje organizacional.

Para algunos, es una técnica de mejora operativa (Cox y Thompson, 1998), para otros su aplicación puede extenderse a todos los ámbitos de la empresa (Camp, 1989); unos la definen como herramienta de gestión estratégica y competitiva (Watson, 1993), mientras que otros, hablan de una filosofía de gestión relacionada con la mejora continua y la autosuperación (Spendollini, 1992).

El concepto de “benchmarking” surgió a partir de los años ’80 cuando la Compañía Xerox se interesó en investigar cómo comparaba su desempeño con relación a sus competidores. No fue hasta inicios de los ’90 que se convirtió en una herramienta gerencial aceptada por que ayudaría a mejorar el desempeño de las organizaciones. El término de benchmarking fue acuñado por la

empresa norteamericana Xerox en 1976, y la denominación y conceptualización formal del benchmarking, con su contenido actual, se atribuye a la publicación de la obra de Camp en 1989 **Benchmarking: The Search for industry Best Practics which Lead to Superior Performance.**

Definiciones de Benchmarking

Existen múltiples definiciones clásicas de Benchmarking como pueden ser:

- “Proceso de investigación industrial que permite a los gerentes desarrollar comparaciones entre compañías sobre procesos y prácticas que permitan identificar lo “mejor de lo mejor” y obtener con ello un nivel de superioridad y ventaja competitiva” **(Camp. 1989).**
- Benchmarking es el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores reconocidos como líderes en su sector” (David T. Kearns, Director General de Xerox Corporation)
- Entendemos Benchmarking al proceso de comparar y medir las operaciones de una organización o sus procesos internos/externos contra los de un reconocido líder de mercado, tanto interior como exterior al mercado de referencia”
- “Al proceso continuo de medir y comparar una organización con las organizaciones líderes en cualquier lugar del mundo para obtener información que les ayude a ejecutar acciones para mejorar su desempeño se denomina, Benchmarking o estudios de desempeño comparativo”
- “Benchmarking es la búsqueda de las mejores prácticas de la industria que conducen a un desempeño excelente” (Robert C. Camp)
- Según Kotler: “De depender de mejorar uno mismo se puede estudiar cuáles son los mejores de la clase en todo el mundo y se adoptan las mejores prácticas.”
- “Es el continuo y sistemático proceso de identificar, analizar y adaptar las mejores prácticas

de la industria que puedan a la organización a un nivel de desempeño superior” (Spendollini, 1992)

- “Es la práctica de ser suficientemente humilde para admitir que alguien siempre puede ser mejor en algo y a la vez ser suficientemente sabio para aprender cómo competir y poder superarlo” (American Productivity and Quality Center, 1993).

Ventajas que aporta la aplicación del Benchmarking:

- Permite el cambio de paradigmas: frente al clásico no se puede, nada mejor que exponer como otros si pueden.
- Introduce a la empresa en la cultura del cambio y del aprendizaje continuo: las empresas adoptan una predisposición natural al cambio, a la evolución a aprender cosas nuevas.
- Nos ubica frente a la competencia. Nos permite saber dónde estoy en relación la competencia, con el mercado.
- Fomenta las posibilidades de ir de la competencia a la cooperación.
- Es un método simple y económico de mejorar nuestra gestión.

2.3 Marco Conceptual

Sistema de la calidad: Es la estructura organizativa, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. (Alcántara, 2007)

Aseguramiento de la calidad: Conjunto de acciones planificadas y sistemáticas implantadas dentro del sistema de la calidad, para proporcionar la confianza adecuada de que una entidad cumplirá los requisitos para la calidad. (Alcántara, 2007)

Calidad: Es el conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecida y las implícitas. (Alcántara, 2007)

Control de la calidad: Técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para cumplir los requisitos para la calidad. (Alcántara, 2007)

Estructura Organizacional: Definir y establecer una estructura de responsabilidades, autoridades y de flujo de la comunicación dentro de la organización. (Mateo R. J., 2009)

Gestión de la calidad total (GCT O QTM): Modo de gestión de una organización, centrada en la calidad, basada en la participación de todos sus miembros y dirigida al éxito a largo plazo para la satisfacción del cliente y de las ventajas para todos los miembros de la organización y para la sociedad. (Alcántara, 2007)

Gestión de la calidad: Según la Trilogía de Juran, es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, las responsabilidades, y se implantan por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro del marco del sistema de calidad. (Alcántara, 2007).

Procesos: Se deben de determinar, analizar e implementar los procesos, actividades y procedimientos requeridos para la realización del producto o servicio, y a su vez, que se encuentren alineados al logro de los objetivos planteados. También se deben definir las actividades de seguimiento y control para la operación eficaz de los procesos. (Mateo R. J., 2009)

Sistema de la calidad: Es la estructura organizativa, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. (Alcántara, 2007)

Cliente: Es la persona más importante para una empresa, la cual accede a un servicio o producto por medio de una transacción financiera.

El servicio al cliente: Un conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de los clientes externos.

Satisfacción: Se define como el cumplimiento de los requisitos determinados para obtener un resultado positivo.

Restaurante: Lugar social de ciertas características de salubridad e infraestructura, donde se expende distintos platos gastronómicos para consumo de los clientes, quienes son atendidos por un camarero, mozo que brindan el servicio de atención y ofrecen a los comensales el menú, comida, bebidas y postres.

Normativas relacionadas al servicio y preparación de comidas:

Decreto Supremo N° 025-2004, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Reglamento de Restaurantes, señala en su:

Capítulo I, del Ámbito de Aplicación y Competencia:

Artículo 2°.- Ámbito de aplicación Están sujetos a las normas del presente Reglamento, todos los establecimientos que prestan el servicio de restaurante. Los establecimientos de hospedaje que a su vez prestan el servicio de restaurante, en forma integrada, tanto a sus huéspedes como al público en general, están sujetos al presente Reglamento, en cuanto concierne, a la prestación del servicio de restaurante. En este caso, el restaurante ostenta una categoría equivalente a la del establecimiento de hospedaje.

Capítulo III, de la Autorización y Funcionamiento:

Artículo 6°.- Requisitos para el inicio de actividades Los Restaurantes para el inicio de sus

actividades deberán encontrarse inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para Obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el Inicio de las Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo, deberán contar con la Licencia Municipal de Funcionamiento y cumplir con las demás disposiciones municipales correspondientes.

Capítulo V, de los Restaurantes Calificados como Turísticos:

Artículo 16°.- Calificación de restaurante como turístico Se podrá solicitar la calificación especial de “Restaurante Turístico”, para los restaurantes de tres (3), cuatro (4) o cinco (5) tenedores, que cumplan con alguna de las condiciones siguientes:

- a) Se ubiquen en inmuebles declarados Patrimonio Cultural de la Nación;
- b) Se dediquen principalmente a la explotación de recursos gastronómicos de alguna o varias regiones del país o de la gastronomía peruana;
- c) Cuenten con salas que difundan muestras culturales del Perú (pictóricas, artesanales y afines) en forma permanente;
- d) Ofrezcan espectáculo de folklore nacional.

Artículo 17°.- Restaurantes de cinco tenedores calificados como turísticos

Los restaurantes de cinco tenedores calificados como “Restaurantes Turísticos”, cuando presten servicios adicionales complementarios o no, deberán garantizar la atención de por lo menos cuarenta (40) comensales en forma simultánea.

Capítulo VII, de la Prestación de los Servicios:

Artículo 25°.- Condiciones del servicio. Todo restaurante debe ofrecer al cliente sus servicios en óptimas condiciones de higiene, buena conservación del local, mobiliario y equipos, además, debe cumplir con las normas de seguridad vigentes.

Artículo 26°.- Calidad en la preparación de comidas y bebidas. Los restaurantes, en la preparación de comidas y bebidas, deberán utilizar alimentos o ingredientes idóneos y en buen estado de conservación, sujetándose estrictamente a las normas que emitan los organismos competentes. Los platos deberán ser elaborados con los ingredientes que se indican en la Carta o Menú. Cuando algún ingrediente sea diferente se deberá contar obligatoriamente con la aceptación previa del cliente.

III. HIPÓTESIS

La Gestión de Calidad influye significativamente en los beneficios de los Mypes del Sector Servicio - Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima, 2018.

- **Variables de la Investigación:**

Hipótesis General

- **Variable independiente:** Gestión de Calidad
- **Variable dependiente:** Beneficios.

IV. METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

El tipo de investigación fue cuantitativa, porque se efectuó la recolección de datos que sirvió para probar la hipótesis con base a medición numérica y análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández y Naptista 2010)

Nivel de la Investigación

- Descriptiva porque permitió detallar situaciones y eventos como se manifiestan y busca especificar propiedades de personas, grupos o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. (Hernández Sampieri 1998).
- Correlacional porque permitió determinar si las variables coinciden con aumento o disminución en la otra variable.

Según Tamayo y Tamayo (1999), se refiere al “grado de relación (no causal) que existe entre dos o más variables. Para realizar este tipo de estudio, primero se debe medir las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales acompañadas de la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación”.

4.1 Diseño de la Investigación

Se consideró el diseño de la investigación : **No experimental – transversal – correlacional.**

- No experimental porque se efectuó sin manipulación de variables, mediante la observación de la situación real sin modificaciones a fin de analizarlos para lo cual se utilizó la aplicación de encuesta.
- Transversal porque permitió recoger datos y analizarlos en un determinado momento
- Descriptiva y Correlacional porque la investigación buscó a través de datos y características

el grado de la relación entre variables diferentes, Gestión de Calidad y los beneficios que se lograra con su aplicación.

4.2 Población y Muestra

- **Población**

En esta investigación se consideró una población total de ocho (08) Mypes del Sector Servicio Rubro Servicio de Restaurante de la Urbanización de los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.

Tamayo M. (2012). Señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación

- **Muestra**

La investigación se basó en el cien por ciento de la población constituida por 08 Mypes del Sector Servicio de Restaurante de la Urbanización de los Cedros de Villa, del Distrito de Chorrillos, Lima 2018, las cuales estuvieron disponibles al momento de la encuesta.

Malhotra N. (2004). Muestro es la colección de elementos u objetos que procesan la información buscada por el investigador y sobre la cual se harán inferencias, de igual manera nos dice que la muestra es un subgrupo de elementos de una población selectos para participar en un estudio; de igual forma se puede decir que la muestra es la selección de una población que la pueda representar, esto debido a la imposibilidad de conocer los gustos y las necesidades de todos, de esta forma es posible conocer a proporción las respuestas a las cuestiones planteadas.

4.3 Definición y Operacionalización de Variables

		DIMENSION		INDICADOR	ESCALA DE MEDICION
		DENOMINACION	DEFINICION	DENOMINACION	
Gestión de Calidad	<p>“Calidad es la adecuación al uso, es un concepto universal aplicable a todos los bienes y servicios, la adecuación al uso está determinada por las características de los productos o servicios que el cliente reconoce como beneficio para él.” Juran J. (1974).</p> <p>La Trilogía de Juran sobre la Gestión de la Calidad, se basa en tres aspectos:</p> <p>Es el conjunto de tres premisas básicas que todo empresario debe considerar para aumentar su productividad basada en la calidad de sus productos y resultados a través de la gestión de calidad que implica tres aspectos importantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación de la Calidad: - Control de Calidad - Mejora de la Calidad: 	Planificación	La planeación es una actividad más de visión, de conocimiento, que planificar. Planificar es operativizar lo planeado.	Planificar Organizar Tecnificar	Likert
		Control	La calidad tiene realmente dos significados relevantes, por una parte, significa aquellas características del producto o servicio que responden a las necesidades de los clientes, y por otra ausencia de deficiencias.	Supervisar Evaluar Corregir	Likert
		Mejoras	La Mejora de la Calidad constituye un proceso mediante el cual se consigue elevar las cuotas de calidad a niveles superiores, sin precedentes	Capacitar Implementar Mejoras continuas	Likert
Beneficios	<p>A las empresas no les cabe elección y deben aceptar la gestión de la calidad si quieren permanecer en el mercado de forma rentable. Existe una alta correlación entre la calidad del producto o servicio, el nivel de satisfacción del usuario y la rentabilidad de la empresa. Así, unos niveles altos de calidad conducen a mayores niveles de satisfacción de los clientes, lo que al mismo tiempo posibilita el establecimiento de precios más altos. Por tanto, los programas de mejora de la calidad incrementan, normalmente, la rentabilidad empresarial. Kotler, (2012).</p>	Incrementa compromiso	Los colaboradores cumplen en positivo con las metas organizacionales para el desarrollo de los procesos y capacitación en menos tiempo o gasto financiero.	Desempeño Buen uso de tiempo Utilización de recursos	Likert
		Mejoras en la calidad	Eleva el estándar de confiabilidad, credibilidad y seguridad	Confiabilidad Innovación	
		Desarrollo organizacional	La gestión de calidad se basa en la estructura organizativa, capacitación continua, recursos humanos, logísticos y tecnológicos apropiados.	Productividad Rentabilidad	
		Otorga satisfacción al cliente	Cubre las necesidades y expectativas del cliente.	Competitividad Reconocimiento	
		Mejora la rentabilidad	Ingresos que define la economía de la organización y la capacidad transformadora de la empresa	Imagen Eficacia operativa Eficiencia comercial	

4.4 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Técnicas:

Para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación se utilizó la técnica de recolección de datos a través de la encuesta en instrumento de cuestionario y en fuentes primarias y secundarias. (CEA D'ANCORA, 1998) define la encuesta como; “la aplicación o puesta en práctica de un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) de una muestra amplia de sujetos.

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006; p.13)

Instrumento

Para esta investigación se utilizó como instrumento el cuestionario con la finalidad de obtener algunos datos o información que fueron evaluados.

(Barrera, 2010). Un cuestionario “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”.

Para el desarrollo de la presente investigación se realizará 21 preguntas relacionados a la Gestión de Calidad, los beneficios y su influencia, desde la perspectiva del propietario o encargado del negocio, con el fin de obtener estados de opinión, características o hechos específicos.

4.5 Plan de Análisis

Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas, se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y figuras estadísticas para cada una de las variables en estudio. Los datos serán presentados debidamente procesados y ordenados según corresponda. Esta información será trasladada al programa SPSS versión 22 representándolas en tablas con valores absolutos y porcentuales; finalmente esta información estará lista para interpretarlos y analizar.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIAS

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p><u>PROBLEMA GENERAL:</u></p> <p>¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurante de comida casera, de la Urbanización de Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Provincia de Lima, Departamento de Lima, ¿Periodo 2018?</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las Mypes del sector servicios – rubro Restaurante, de la Urbanización de Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <p>1.Determinarlas Características de una Gestión de calidad en las Mypes del Sector Servicio - Rubro restaurante de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.</p> <p>2.Determinar si se logra Beneficios con la aplicación de una gestión de calidad en las Mypes del Sector Servicio - Rubro restaurante de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.</p> <p>3.Determinar si la Gestión de Calidad influye en los beneficios de las Mypes del Sector Servicio - Rubro restaurante de la urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018.</p>	<p>La gestión de calidad está considerado como el capital intangible de una empresa, (aprendizaje organizacional, gestión de sistemas y tecnología de información y gestión patrimonial de sus recursos tecnológicos), la aplicación de estos influya significativamente en los beneficios de las micro y pequeñas empresas que les permite a través de la planificación, organización, dirección, control e innovación tener mejor competitividad en el rubro de servicios de restaurante de comida casera de la Urbanización de los Cedros de Villa, Chorrillos, Lima, Período 2018.</p>	<p><u>VARIABLES DE ESTUDIO:</u></p> <p>VARIABLE INDEPENDIENTE Gestión de Calidad.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Beneficios</p>	<p><u>POBLACIÓN</u></p> <p>La población estará constituida por 8 Micro y Pequeñas Empresas en el área de estudio.</p> <p><u>MUESTRA</u></p> <p>La muestra estará constituida por 8 Micro y Pequeñas Empresas.</p>	<p><u>TIPO DE INVESTIGACIÓN</u></p> <p>El tipo de investigación a utilizar es cuantitativo.</p> <p><u>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</u></p> <p>Descriptivo Correlacional</p> <p><u>DISEÑO DE LA INVESTIGACION</u></p> <p>No experimental Transversal Descriptivo Correlacional</p>	<p><u>TÉCNICA</u></p> <p>Encuesta</p> <p><u>INSTRUMENTO</u></p> <p>Cuestionario</p>

4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

- El presente trabajo de investigación ha sido elaborado mediante los datos obtenidos de los representantes o encargados de la MYPES, utilizando esta data como análisis para determinar el problema y posibles soluciones, desarrollando nuestras funciones dentro de los valores y principios éticos que orienta la investigación de la universidad:
- **Principio de honestidad:** Se informó al entrevistado que el resultado de la información recabada sería utilizado para los fines de la investigación.
- **Principio de Confiabilidad:** Los datos expuestos son veraces, ya que corresponde a información obtenida de revistas, artículos, libros, durante un periodo de tiempo determinado, y que servirá para la investigación de estudios similares.
- **Principio de Confidencialidad:** Implica que la información obtenida de los encuestados será solo para fines de investigación y no será divulgada sin consentimiento por otra persona.
- **Principio de respeto:** Se tuvo total respeto a sus ideas y costumbres, manteniendo una relación cordial y de respeto a la privacidad de las personas que otorgaron información basada en su experiencia.
- **Principio de Justicia:** Que se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.
- **Conocimiento Informado:** Se cumplirá informando sobre los datos de la muestra en referencia al objetivo de la estructura del cuestionario y al consentimiento para el uso de información para los fines de la investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

GESTIÓN DE CALIDAD

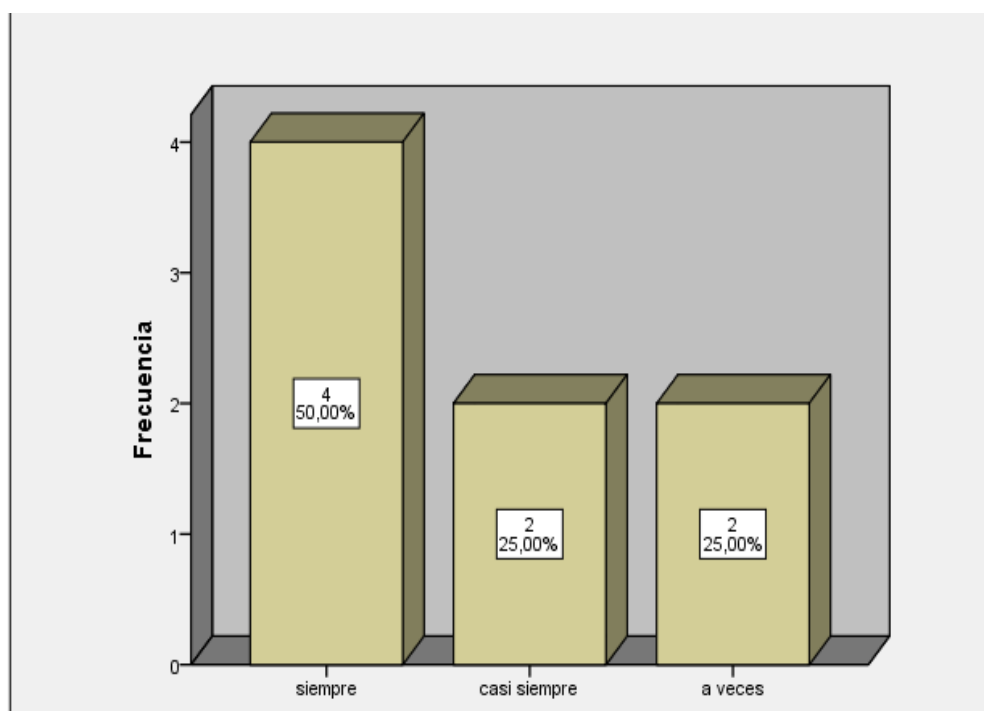
D.1 PLANIFICACIÓN

1. Ha planificado las metas y objetivos que desea alcanzar con su negocio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	4	50,0	50,0	50,0
	casi siempre	2	25,0	25,0	75,0
	a veces	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018.

FIGURA 1



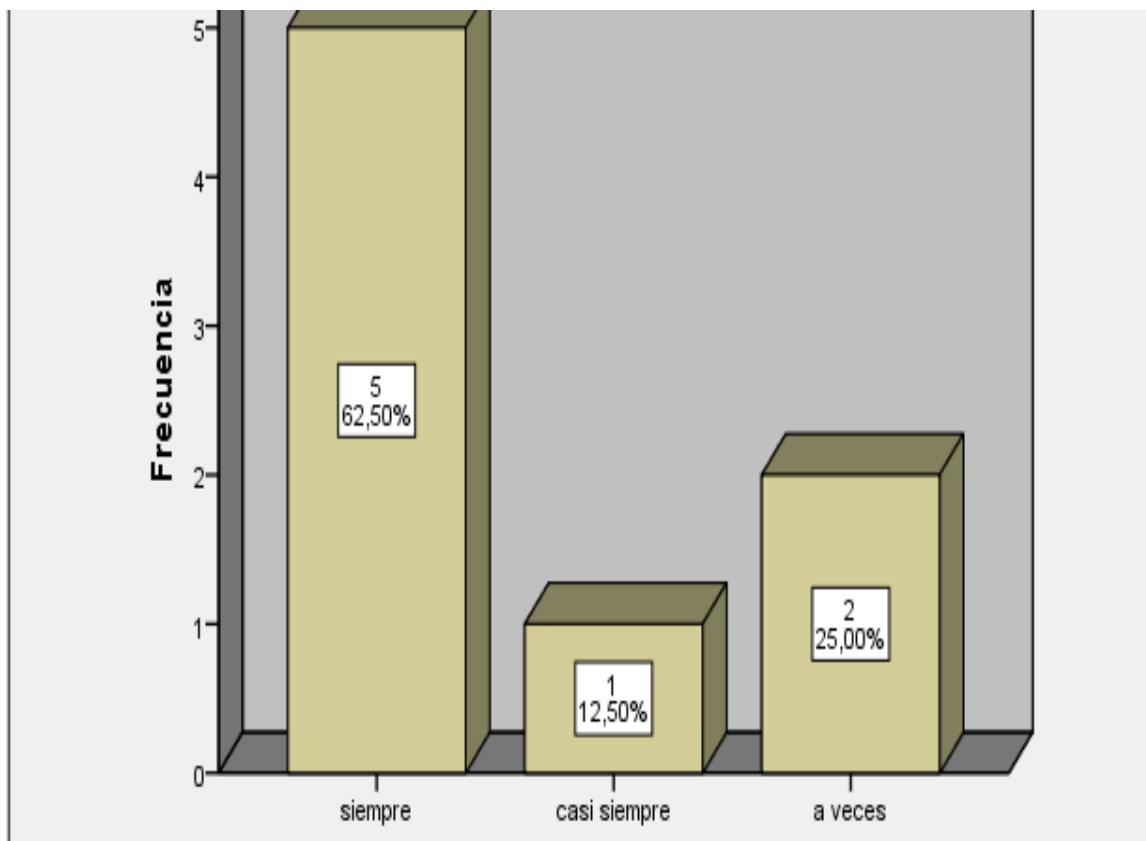
Interpretación: La figura 1 refleja que el 50% siempre, el 25% casi siempre y el 25% a veces planifican las metas y objetivos de su negocio.

2. Organiza sus actividades diarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	5	62,5	62,5	62,5
	casi siempre	1	12,5	12,5	75,0
	a veces	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018.

FIGURA 2



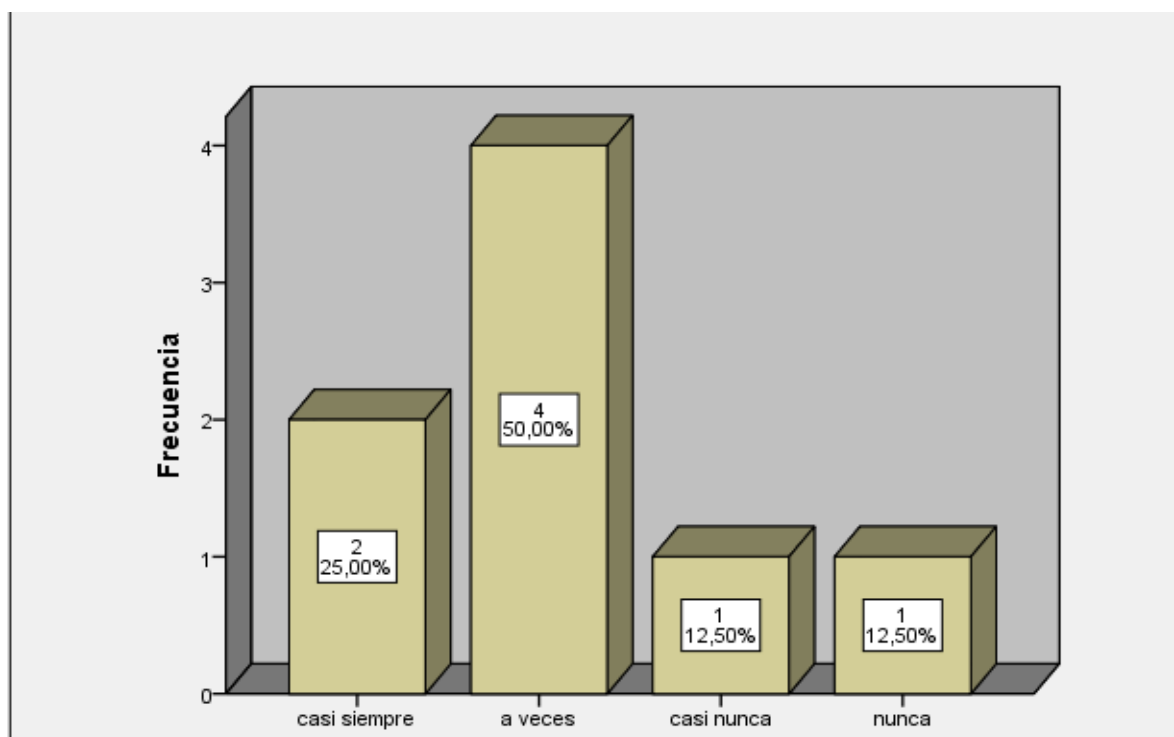
Interpretación: La figura N° 2 refleja que el 62.50% siempre, el 12.5% casi siempre y el 25% a veces organizan sus tareas diarias.

3. Implementa procesos para una buena gestión de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	2	25,0	25,0	25,0
	a veces	4	50,0	50,0	75,0
	casi nunca	1	12,5	12,5	87,5
	nunca	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018.

FIGURA 3



Interpretación: La figura 3 refleja que el 50.00% a veces, el 25% casi siempre, el 12.50% casi nunca y el 12.50% nunca implementan según los porcentajes procesos para una buena gestión de calidad.

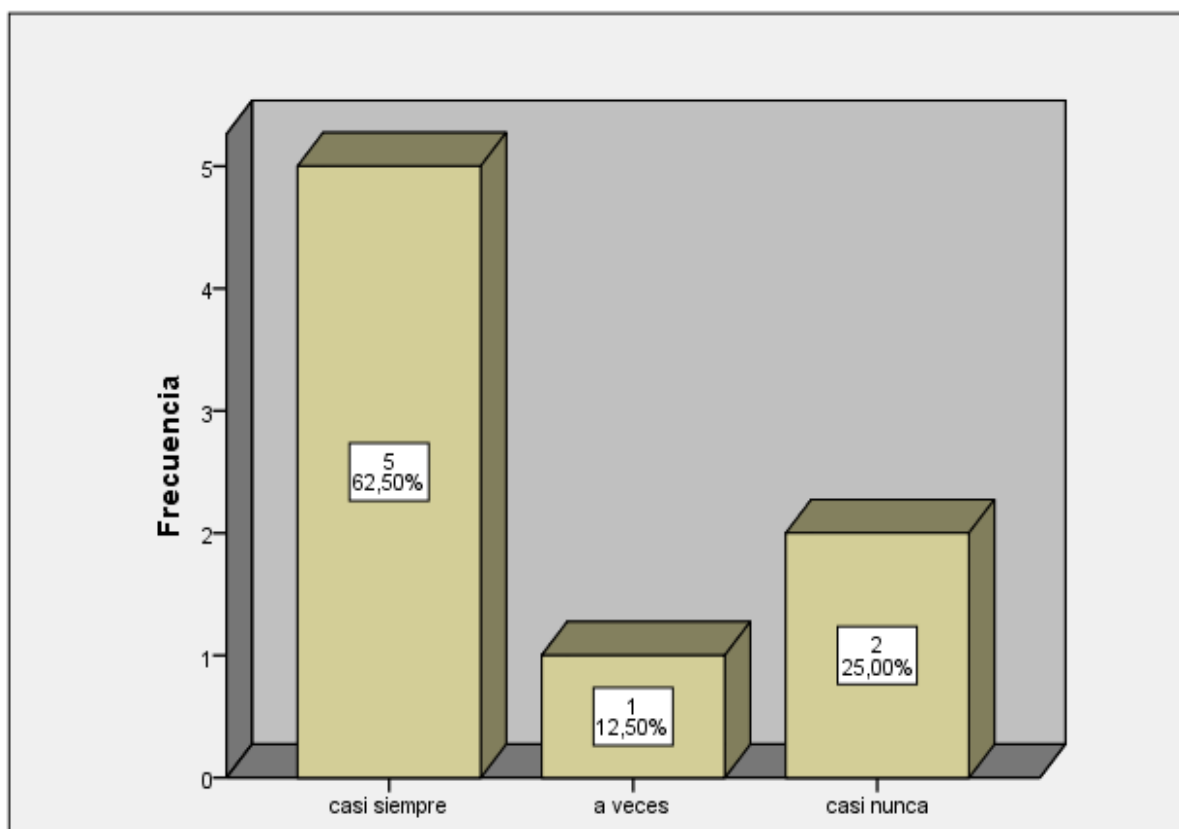
D.2 CONTROL

4. Supervisa todos sus procesos de gestión a fin de detectar las falencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	a veces	1	12,5	12,5	75,0
	casi nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018.

FIGURA 4



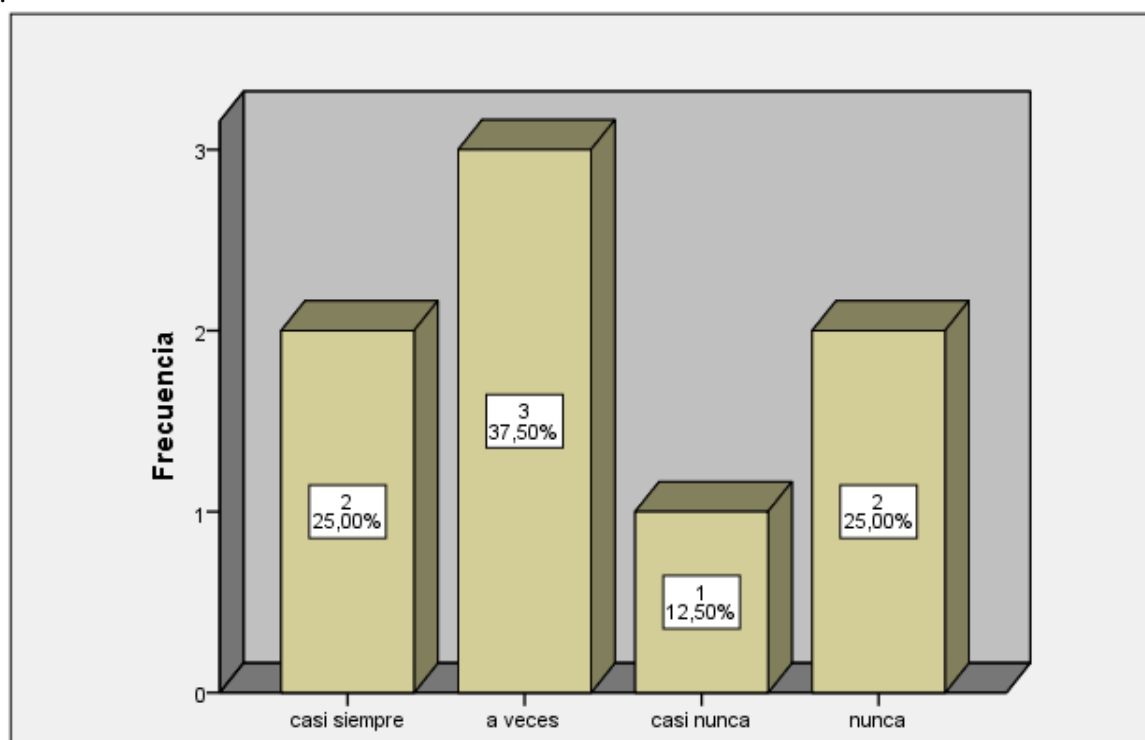
Interpretación: La figura 4 refleja que el 62.50% casi siempre, el 25.00% casi nunca y el 12.50% a veces, supervisan todos sus procesos de gestión a fin de detectar las falencias.

5. Evalúa a sus proveedores o socios estratégicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	2	25,0	25,0	25,0
	a veces	3	37,5	37,5	62,5
	casi nunca	1	12,5	12,5	75,0
	nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018.

FIGURA 5



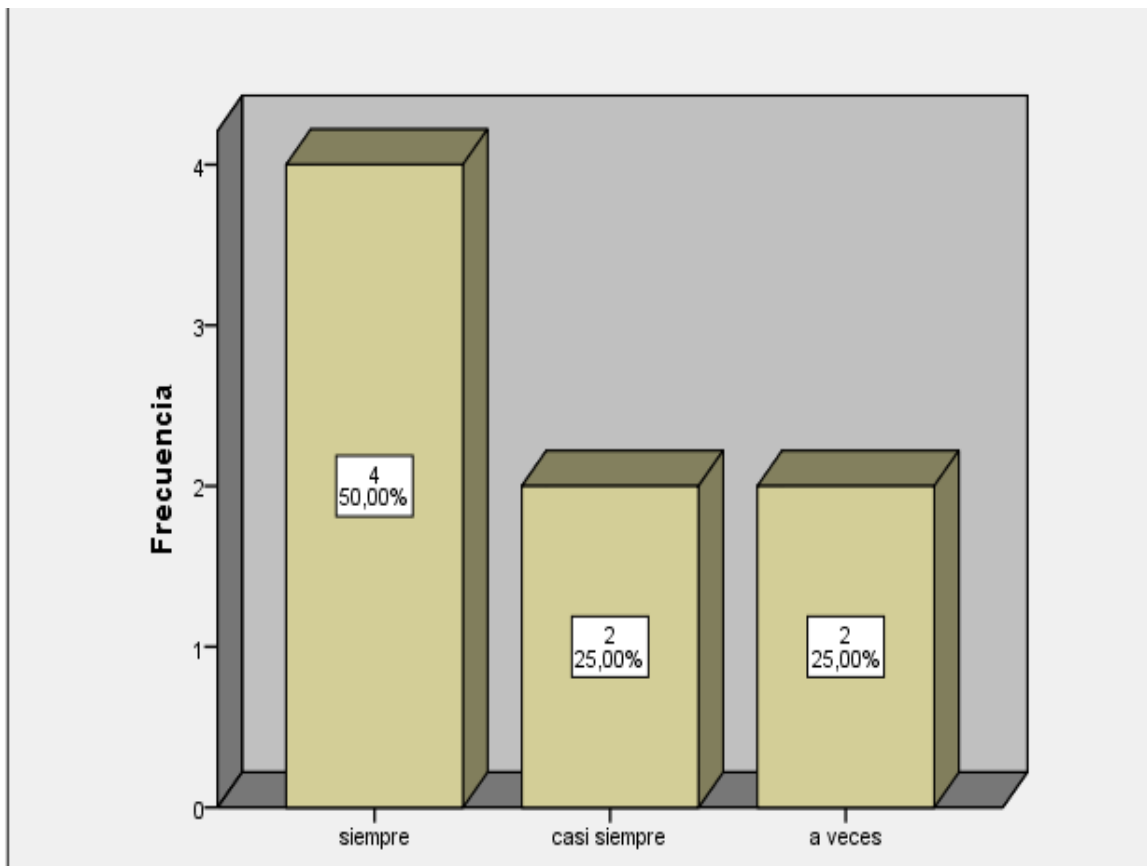
Interpretación: La figura 5 refleja que el 37.50% a veces, el 25.000% casi siempre, el 25% nunca y el 12.50% casi nunca, evalúa a sus proveedores o socios estratégicos.

6. Corrige las deficiencias de atención y servicio otorgado a los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	4	50,0	50,0	50,0
	casi siempre	2	25,0	25,0	75,0
	a veces	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 6



Interpretación: La figura 6 refleja que el 50.00% siempre, el 25.00% casi siempre y el 25% a veces, corrige las deficiencias de atención y servicio otorgado a los clientes.

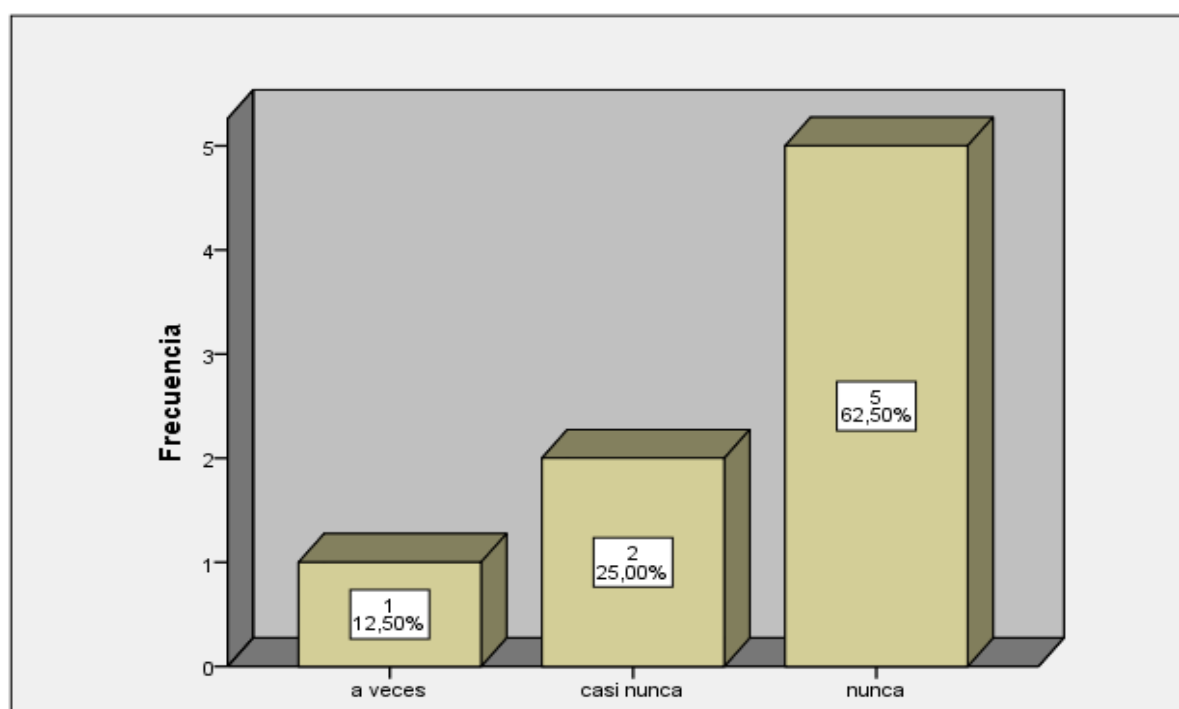
D.3 MEJORAS

7. Capacita a sus trabajadores según sus habilidades o competencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	1	12,5	12,5	12,5
	casi nunca	2	25,0	25,0	37,5
	nunca	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 7



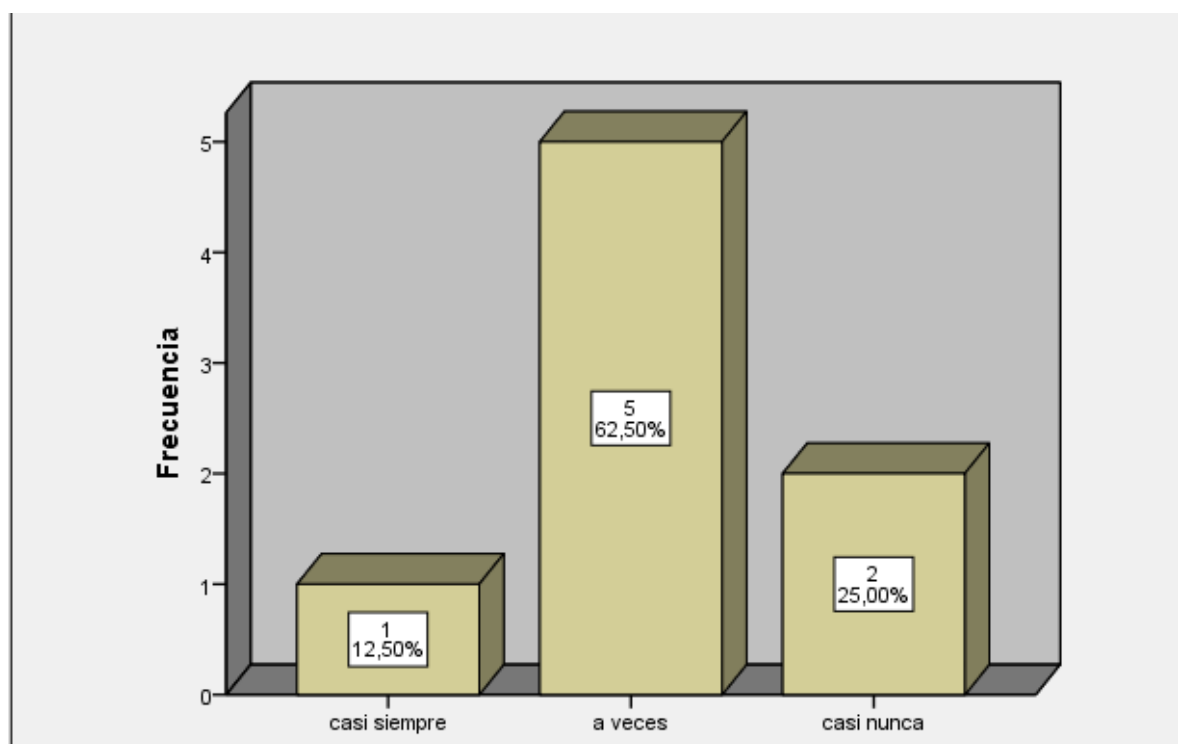
Interpretación: La figura 7 refleja que el 62.50% nunca, el 25.00% casi nunca y el 12.50% a veces no capacita a sus trabajadores según sus habilidades o competencias.

8. Implementa mejoras de infraestructura y acondicionamiento para la conservación y almacenamiento de sus insumos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	1	12,5	12,5	12,5
	a veces	5	62,5	62,5	75,0
	casi nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 8



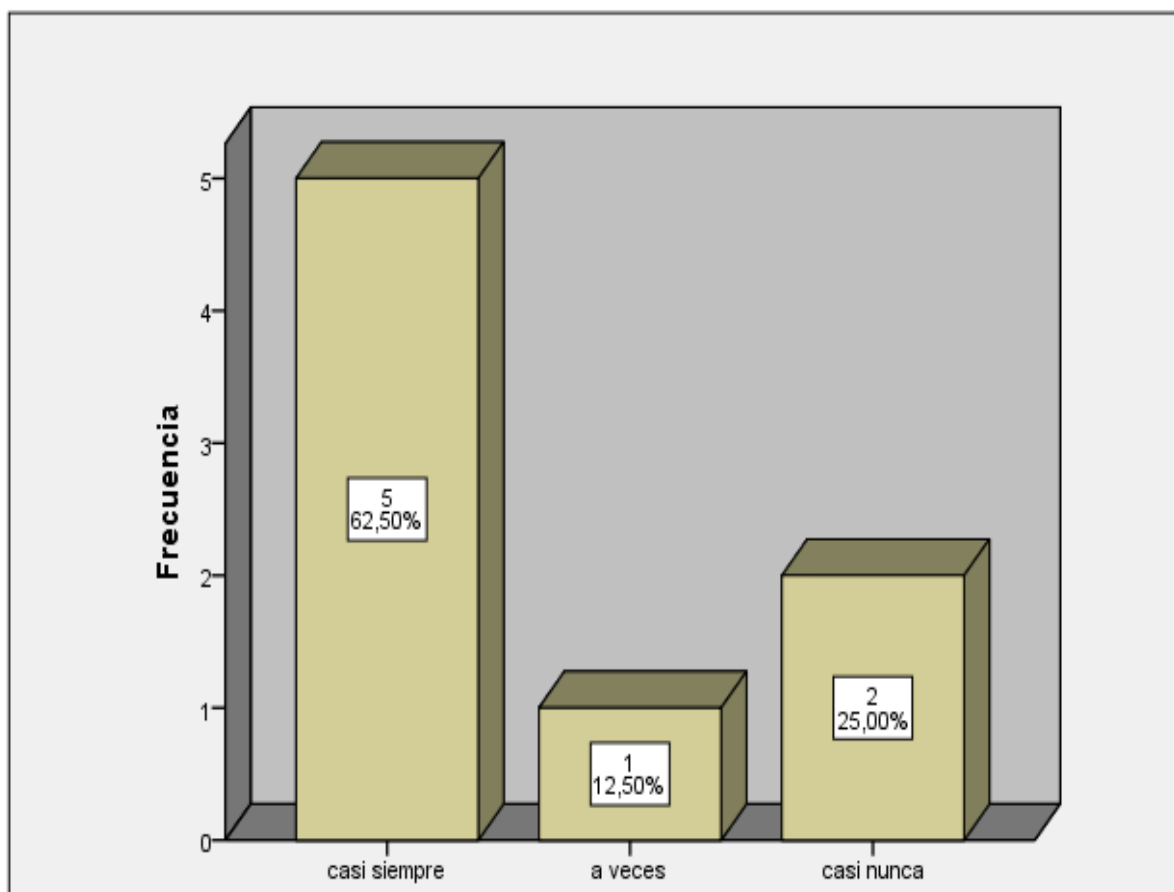
Interpretación: La figura 8 refleja que el 62.50% a veces, el 25.00% casi nunca y el 12.50% casi siempre responde sobre si implementan mejoras de infraestructura y acondicionamiento para la conservación y almacenamiento de sus insumos.

9. Cree que la mejora continua es fundamental para fidelizar a sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	a veces	1	12,5	12,5	75,0
	casi nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 9



Interpretación: La figura 9 refleja que el 62.50% casi siempre, el 25.00% casi nunca y el 12.50% a veces cree que la mejora continua es fundamental para fidelizar a sus clientes.

V. 2 BENEFICIOS

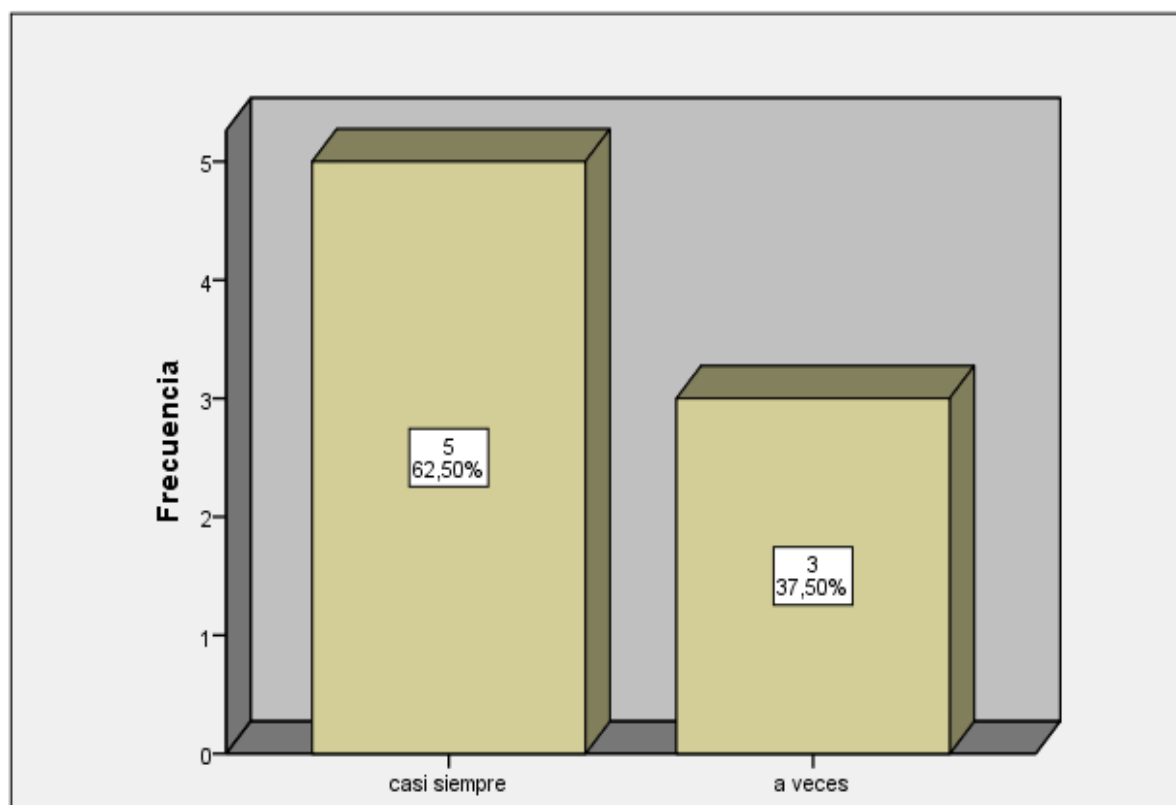
D.1 COMPROMISO

10. El desempeño de sus trabajadores es eficiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	a veces	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 10



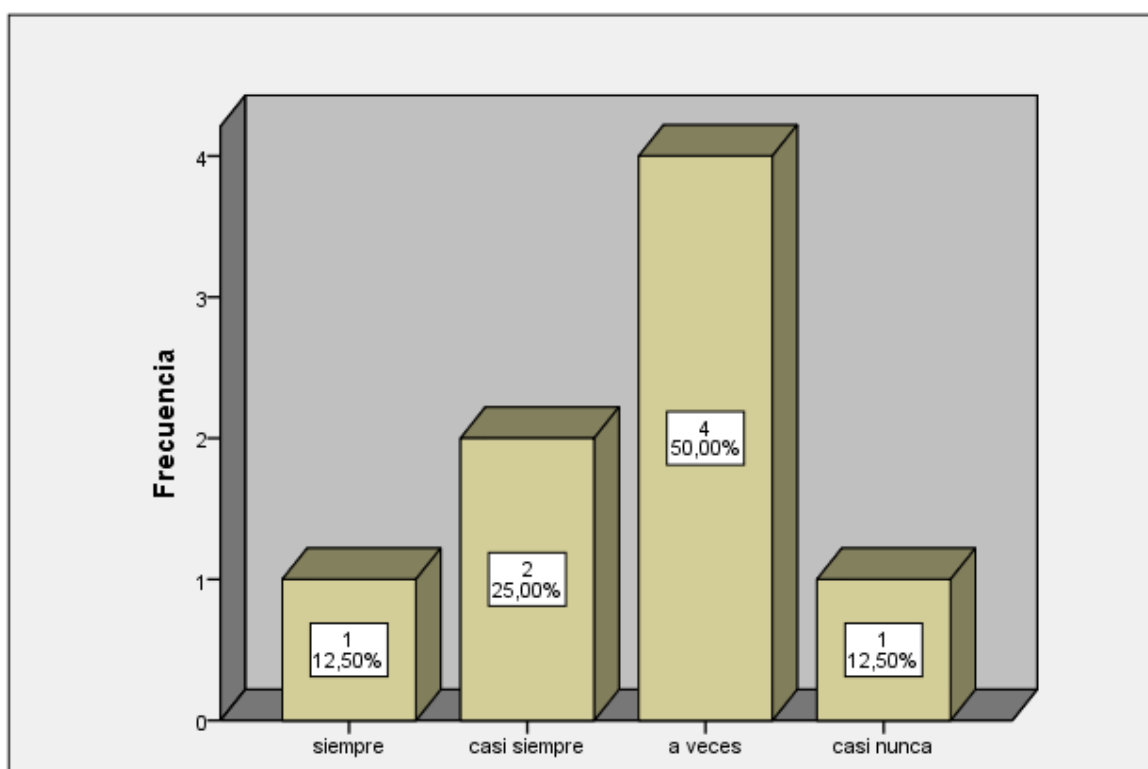
Interpretación: La figura 10 refleja que el 62.50% casi siempre, el 37.50% a veces consideran en que el desempeño de sus trabajadores es eficiente en en los porcentajes respectivamente.

11. Sus colaboradores utilizan el tiempo de su jornada laboral adecuadamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	1	12,5	12,5	12,5
	casi siempre	2	25,0	25,0	37,5
	a veces	4	50,0	50,0	87,5
	casi nunca	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 11



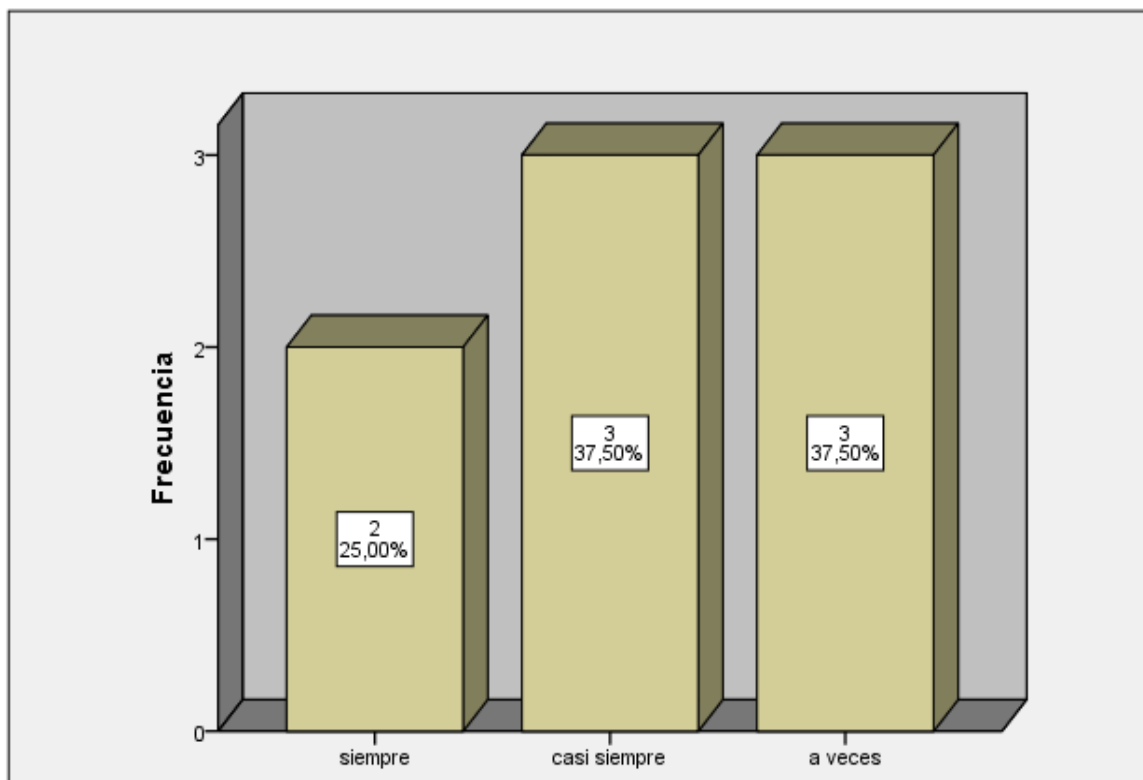
Interpretación: La figura 11 refleja que el 50.00% a veces, el 25.00% casi siempre, el 12.50% siempre y el 12.50% a veces, indican en estos porcentajes respecto a que sus colaboradores utilizan su tiempo laboral adecuadamente.

12. La utilización de sus recursos es planificada y ordenada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	2	25,0	25,0	25,0
	casi siempre	3	37,5	37,5	62,5
	a veces	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 12



Interpretación: La figura 12 refleja que el 37.50% siempre, el 37.50% a veces y el 25% casi siempre, utilizan sus recursos planificadamente y ordenadamente.

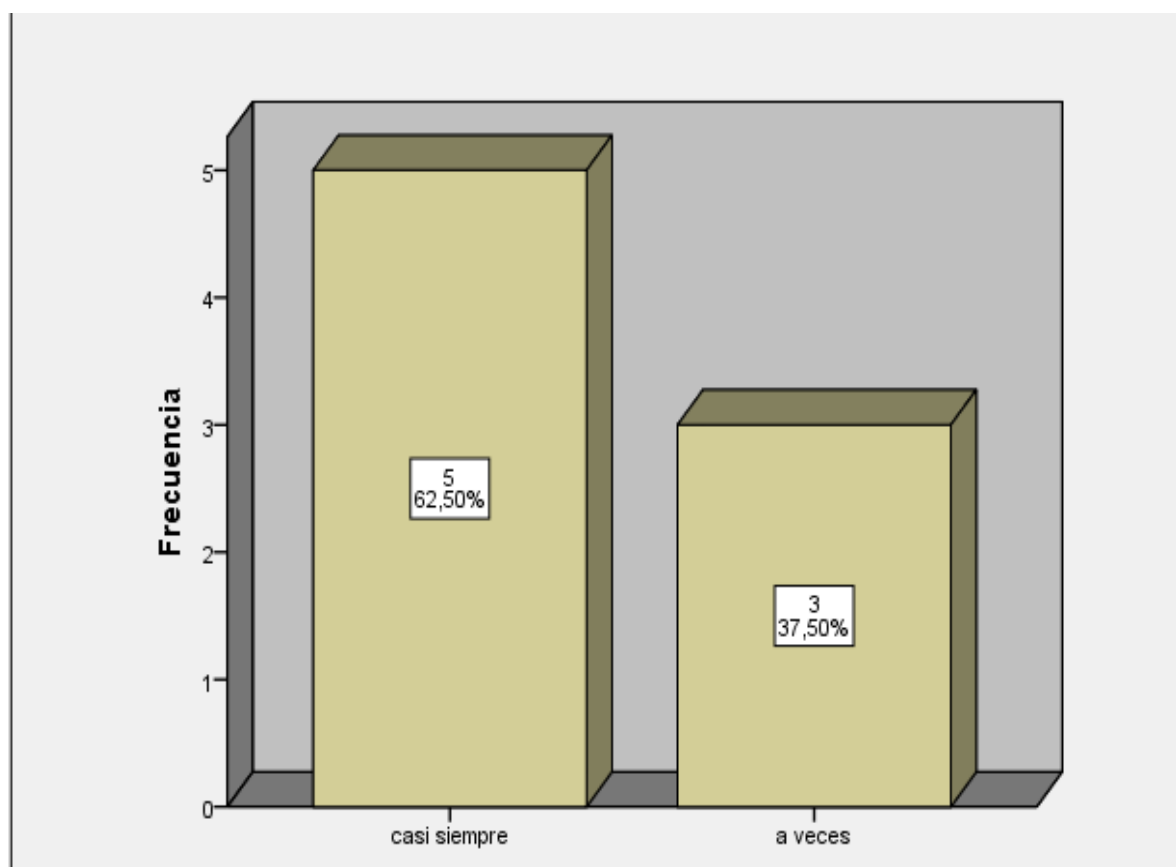
D.2 MEJORA DE LA CALIDAD

13. Sus clientes consideran que sus productos o servicio son confiables

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	a veces	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 13



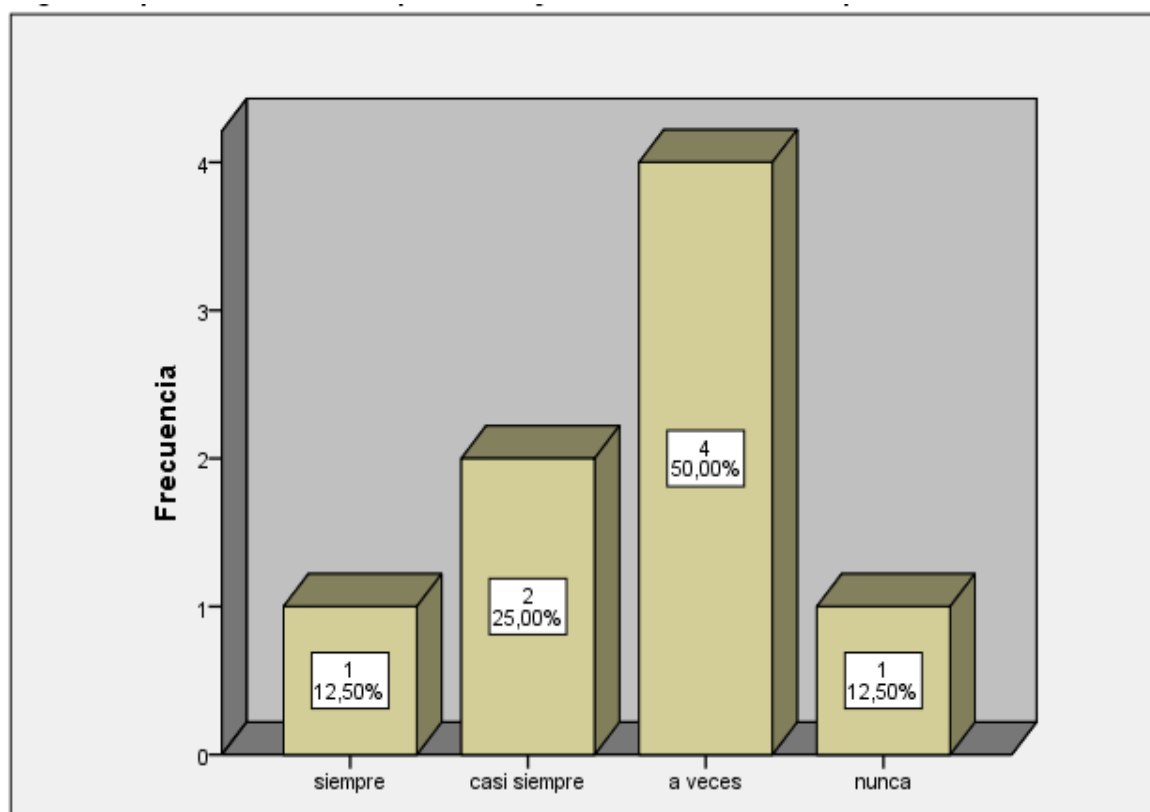
Interpretación: La figura 13 refleja que el 62.50% casi siempre y el 37.50% a veces consideran que sus clientes confían en sus productos o servicio.

14. Cree que ser innovador puede mejorar la calidad de un producto o servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	1	12,5	12,5	12,5
	casi siempre	2	25,0	25,0	37,5
	a veces	4	50,0	50,0	87,5
	nunca	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 14



Interpretación: La figura 14 refleja que el 50.00% a veces y el 25.00% casi siempre, aplican la innovación para mejorar la calidad de sus productos o servicios.

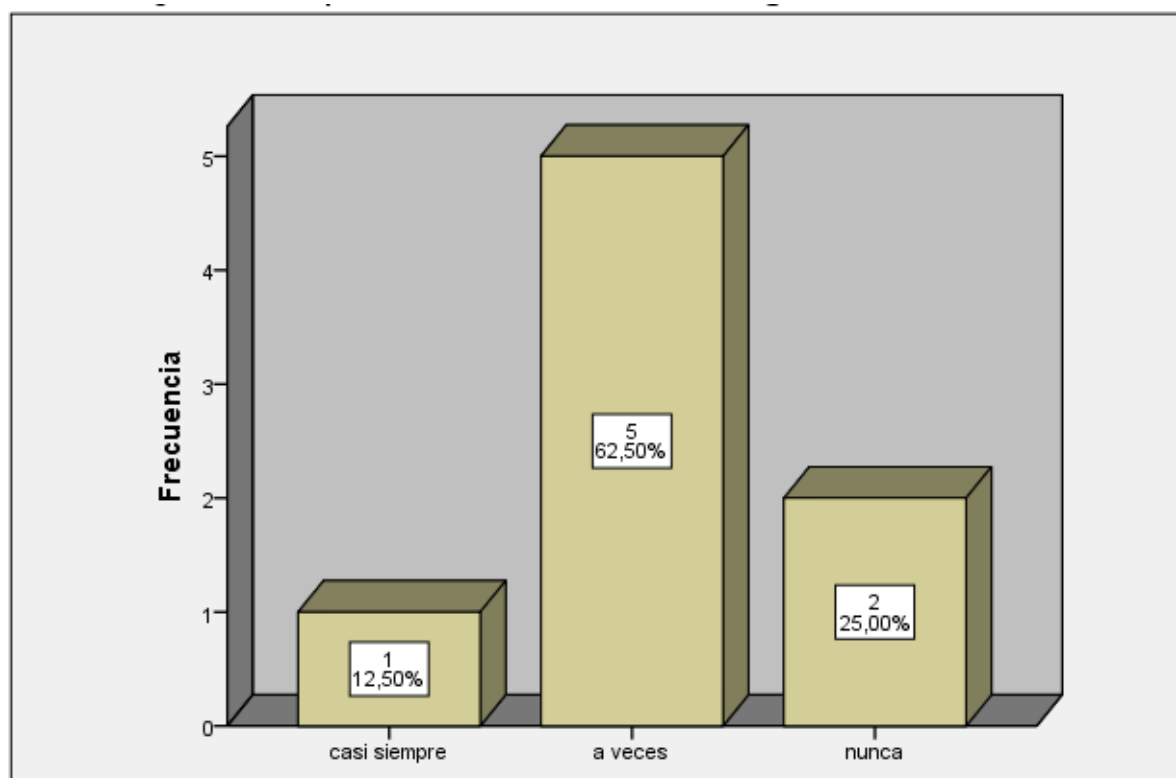
D.3 DESARROLLO ORGANIZACIONAL

15. Relaciona productividad con una buena gestión de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	1	12,5	12,5	12,5
	a veces	5	62,5	62,5	75,0
	nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 15



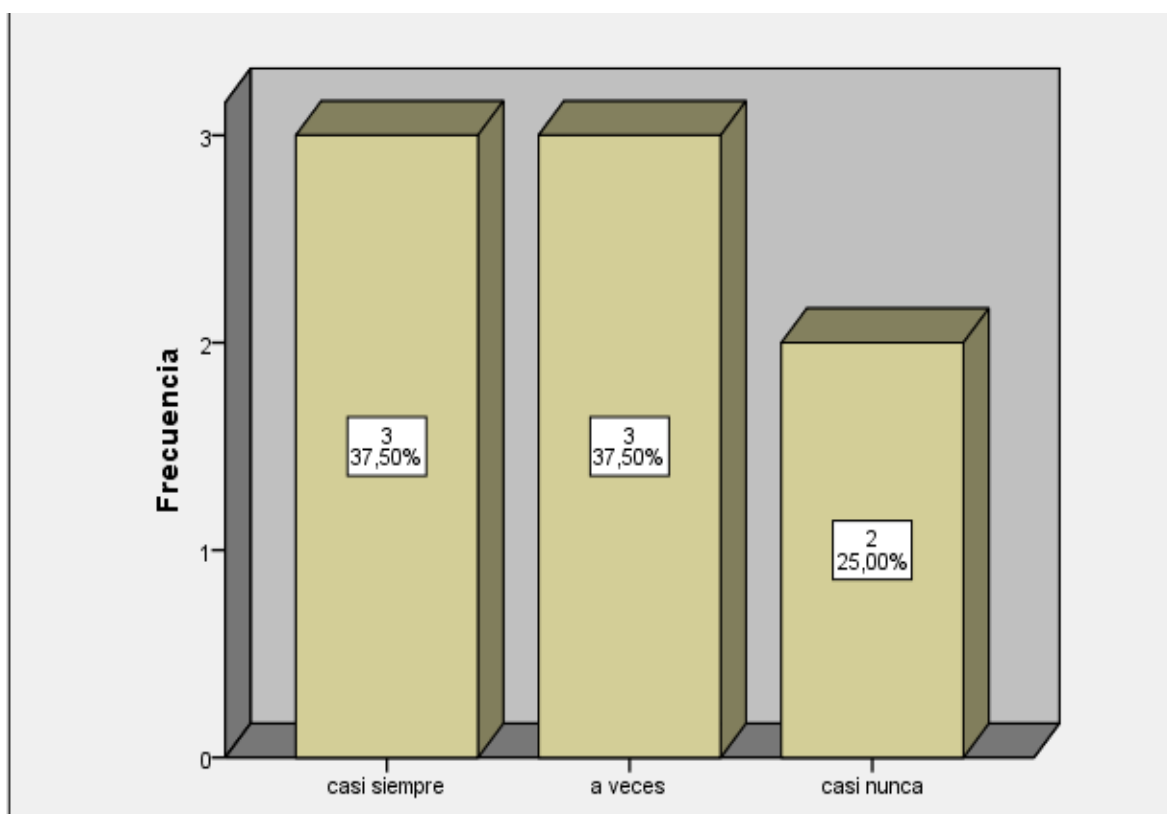
Interpretación: La figura 15 refleja que el 62.50% a veces y el 12.50% casi siempre, relaciona productividad con una buena gestión de calidad.

16. Aumento la rentabilidad de su negocio ante las mejoras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	3	37,5	37,5	37,5
	a veces	3	37,5	37,5	75,0
	casi nunca	2	25,0	25,0	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 16



Interpretación: La figura 16 refleja que el 37.50% casi siempre y el 37.50% a veces, aumento la rentabilidad de su negocio ante la implementación de las mejoras.

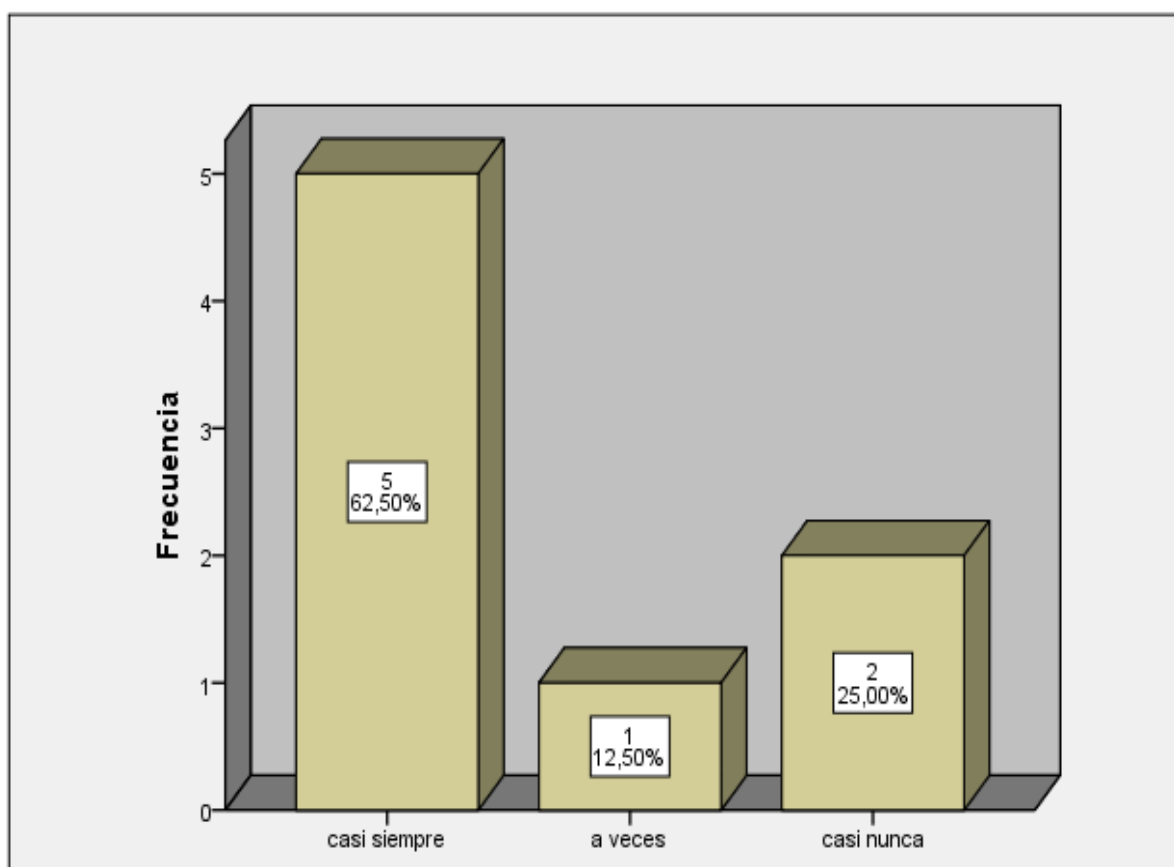
D.4 SATISFACCION CLIENTE

17. Su negocio es competitivo frente a los negocios del entorno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	a veces	1	12,5	12,5	75,0
	casi nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 17



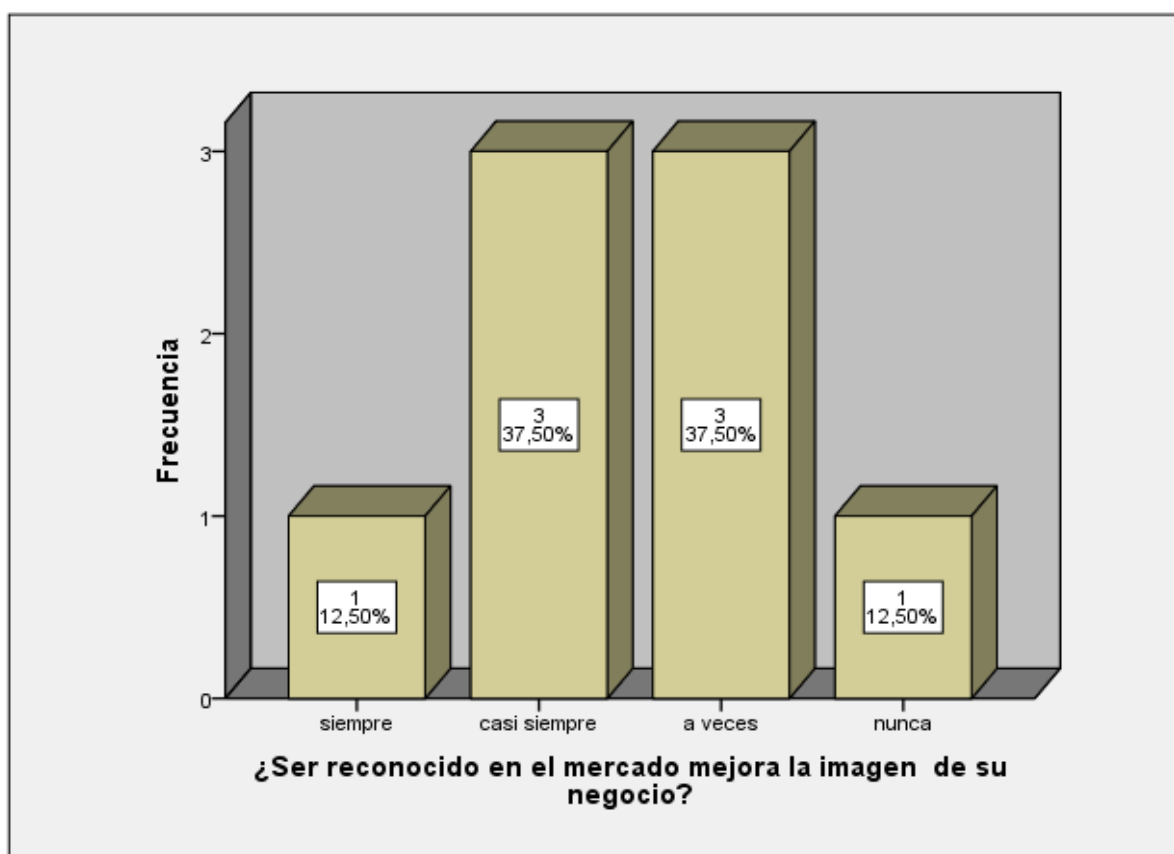
Interpretación: La figura 17 refleja que el 62.50% casi siempre y el 25.00% casi nunca, considera que su negocio es competitivo frente al negocio del entorno.

18. Ser reconocido en el mercado mejora la imagen de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	1	12,5	12,5	12,5
	casi siempre	3	37,5	37,5	50,0
	a veces	3	37,5	37,5	87,5
	nunca	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 18



Interpretación: La figura 18 refleja que el 37.50% casi siempre y el 12.50% siempre, consideran que ser reconocido en el mercado mejora la imagen de su negocio.

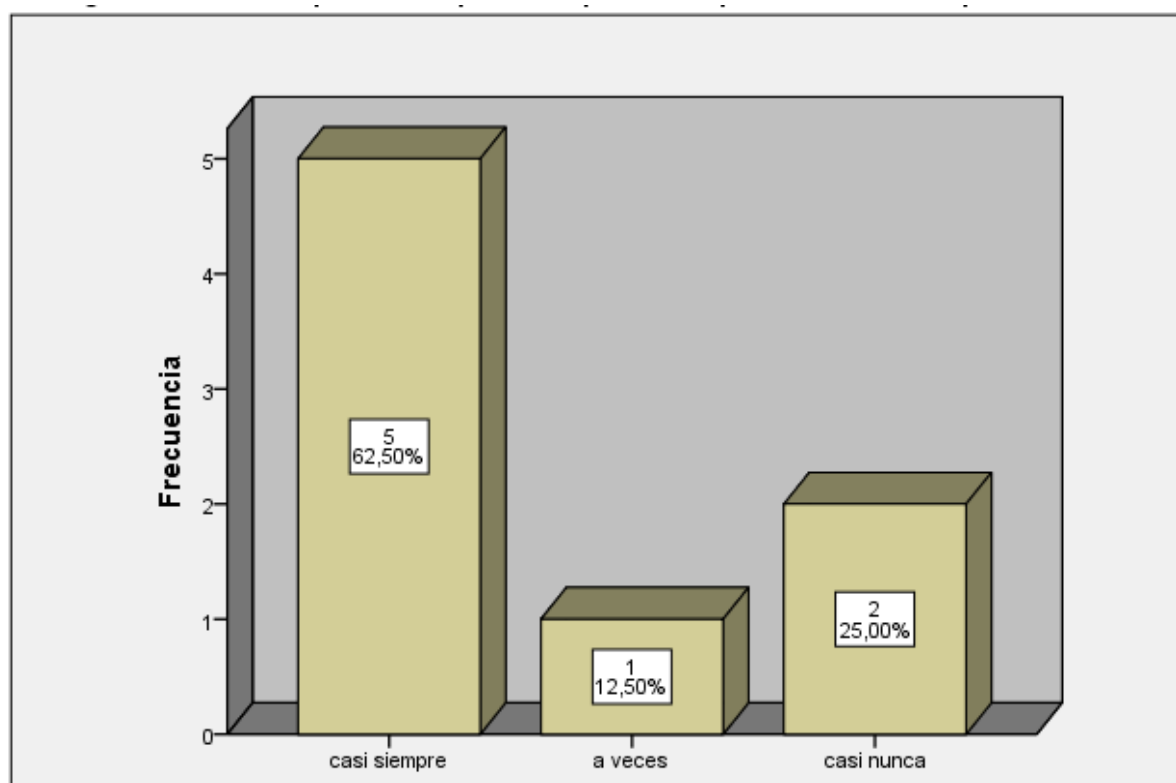
D.5 MEJORA LA RENTABILIDAD

19. Cuenta con capacidad operativa para cumplir con sus compromisos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre	5	62,5	62,5	62,5
	a veces	1	12,5	12,5	75,0
	casi nunca	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 19



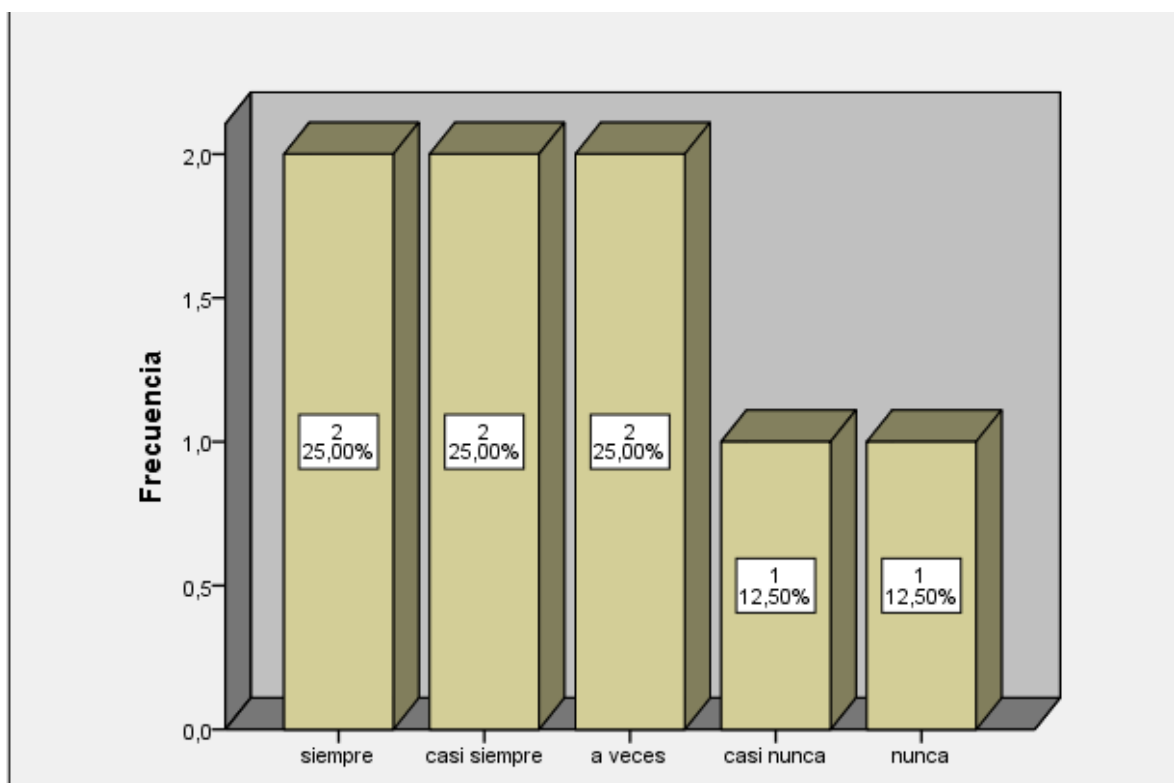
Interpretación: La figura 19 refleja que el 62.50% casi siempre cuenta con capacidad operativa para cumplir con sus compromisos.

20. Tiene acceso a crédito comercial con sus proveedores o entidades financieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	2	25,0	25,0	25,0
	casi siempre	2	25,0	25,0	50,0
	a veces	2	25,0	25,0	75,0
	casi nunca	1	12,5	12,5	87,5
	nunca	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 20



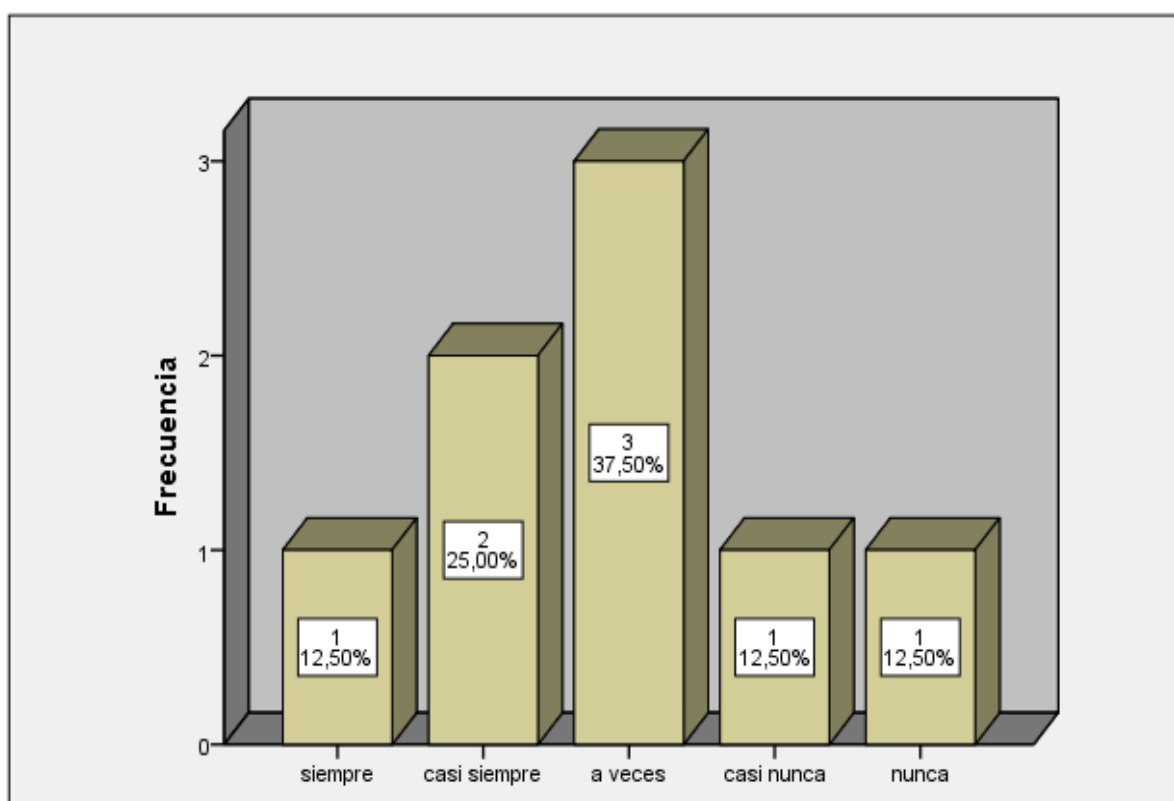
Interpretación: La figura 20 refleja que el 25.00% siempre, el 25% casi siempre y el 25% a veces tiene acceso a crédito comercial con sus proveedores o entidades financieras.

21. Cuenta con un respaldo económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	siempre	1	12,5	12,5	12,5
	casi siempre	2	25,0	25,0	37,5
	a veces	3	37,5	37,5	75,0
	casi nunca	1	12,5	12,5	87,5
	nunca	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector Servicio – Rubro Restaurante, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos Lima – Periodo 2018

FIGURA 21



Interpretación: La figura 21 refleja que el 37.50% a veces, el 25.00% casi siempre y el 12.50% cuenta con un respaldo económico.

5.2 Análisis de Resultados

De la encuesta realizada a los propietarios o encargados de los locales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Restaurante, de la urbanización de Los Cedros de Villa Chorrillos, Lima.

Respecto a la Gestión de Calidad: Planificación, Control y Mejoras

1. Según la escala de Likert, el 50% siempre planifican sus metas y objetivos con la finalidad de sacar adelante su negocio, así también planifican todas sus actividades que les permite obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores. Este porcentaje confirman la teoría de **Kotler, (2012)**, las empresas no pueden elegir solo asumir la gestión de calidad si desean permanencia en el mercado de forma rentable.
2. El 62.5%, manifiesta que organizan sus tareas diarias con la finalidad de cumplir con un programa de actividades que conlleven a obtener un producto de calidad y brindar un buen servicio. **Antúnez L. (2016)**, concluye en su investigación, que un alto porcentaje de representantes de este tipo de negocio consideran que se debe priorizar la planificación de sus actividades como mejora continua.
3. El 25% “casi siempre”, utilizan procesos de gestión de calidad, este porcentaje muestra que gran parte de los emprendedores desconoce los procesos de una buena gestión de calidad, siendo esto un factor negativo en el rubro de restaurantes ya que el servicio oportuno y eficiente garantiza la fidelización de los clientes.
4. El 62.5% de los encuestados indican que” casi siempre” supervisan los procesos manifestando que esto ayuda a detectar aquellos problemas que perjudica el desarrollo normal de todas sus actividades ya que es importante para los emprendedores la distribución del tiempo, de sus recursos logísticos, insumos, personal. Asimismo, supervisan el cumplimiento de sus protocolos respecto a la manipulación de alimentos

y de atención a los consumidores.

5. El 25% “casi siempre”, evalúan a sus socios estratégicos o proveedores; este porcentaje refleja que los emprendedores encuestados no consideran importante evaluar a sus proveedores; por lo que, se debe concientizar a las MYPES que a través de sus socios estratégicos pueden obtener mayores prestaciones como créditos, financiamientos, además de contar con abastecedores que no solo ofrezcan calidad sino que tengan la suficiente existencia de insumos que sirva como respaldo al desarrollo de sus actividades ante cualquier contingencia.
6. El 50% de los emprendedores de la zona, manifiesta que “siempre” corrige las deficiencias de atención al cliente, este resultado muestra que la mitad de la población investigada busca ofrecer a sus clientes un servicio y atención adecuado, respetuoso y cuidado. Esto puede considerarse como una acción de mejora continua.
7. El 62.5% de la muestra indica, que “nunca”, capacita a sus trabajadores este comportamiento evidencia que estos no se encuentran dispuestos a invertir en capacitar a su personal salvo que este sea familiar o pariente cercano. Por lo mencionado esto desdice de diferentes teorías al respecto, que consideran que la capacitación es fundamental para la mejora de las habilidades de sus colaboradores, quienes pueden adquirir mayor conocimiento y capacidad de respuesta positiva, en beneficio del crecimiento empresarial. Al respecto se deduce que una persona no capacitada tendrá limitaciones, esto se confirma en la conclusión de la investigación de **Sánchez A (2017)** quien determino que la dimensión o variable con mayor insatisfacción en un promedio 0.17 proviene de los elementos tangibles y de la capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad y confiabilidad de los trabajadores que no pueden superar las expectativas del cliente.
8. A la pregunta sobre si implementan mejoras de infraestructura para la conservación y

almacenamiento de alimentos o insumos, el 12.5% “casi siempre”, este resultado demuestra que la mayoría de los encuestados no invierten continuamente en mejoras de estructuras físicas para el correcto almacenamiento, recepción y distribución de alimentos. Por lo mencionado se hace necesario contar con la dirección de un profesional que divulgue el cumplimiento de las normas vigentes al respecto.

9. El 62.5% manifiesta que “casi siempre” desarrollan actividades para la captación y fidelización de clientes a través de una mejora continua, indican además que hacen uso de la tecnología como redes sociales, teléfono móvil para despacho delivery, con la finalidad de aumentar sus ingresos y hacer crecer su negocio.

El desarrollo de actividades es innato del líder que busca mejoras lo cual se apoya en la teoría de **Revolledo (2012)**, quien indica que el liderazgo es un factor determinante para activar acciones, estimular la innovación y el surgimiento de nuevas ideas.

Respecto a los Beneficios en la Influencia de la Gestión de Calidad: Compromiso, Mejora de la Calidad, Desarrollo Organizacional, Satisfacción del Cliente, Mejoras en la Rentabilidad

10. El 62.5% indica que “casi siempre” es eficiente el desempeño de sus trabajadores, este resultado evidencia que los empresarios encuestados logran el compromiso de sus colaboradores. Este factor es importante considerando que el recurso humano es vital para alcanzar las metas y objetivos en plazos razonables para el crecimiento de un negocio o empresa.

Considerando la importancia del desempeño eficiente de los colaboradores y de su relación con el servicio al cliente, menciono lo investigado por **Sánchez A. (2017)**, quien concluye que los colaboradores tienen relación directa con los clientes por lo cual comprenden sus expectativas, lo que genera discrepancia con los directivos que no

comprenden estas; por lo tanto, no conocen lo que los clientes valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones a sus expectativas y necesidades.

11. El 25% “casi siempre” manifiestan que sus colaboradores utilizan el tiempo laboral adecuadamente, lo que indica que estos encuestados consideran que el tiempo debe ser distribuido ordenadamente para el desarrollo de las actividades propias (preparación de alimentos, almacenamiento, servicio de atención y servicio de limpieza etc).

12. Los emprendedores en el rubro de restaurantes de la zona manifiestan en un 37.5% que “casi siempre”, utilizan sus recursos en forma planificada, organizada y controlada lo cual permite una buena administración de sus recursos económicos, humanos y tecnológicos de manera positiva a fin de conseguir un valor agregado a la empresa en beneficio al crecimiento empresarial.

Según estos resultados se puede confirmar lo que explica **Gonzales (2013)**, que solo existen cuatro funciones para una buena gestión planeación, organización, dirección y control,

13. Un 62.5% de los encuestados manifiestan que “casi siempre”, sus clientes consideran que sus productos y servicios son confiables, lo cual se deduce como una ventaja competitiva que ayudará el reconocimiento del negocio y en rentabilidad.

14. El porcentaje del 25% “casi siempre” manifiestan que aplican la innovación a fin de poder competir en el mercado. Esto refleja que los emprendedores tienen una visión futura de crecimiento y deben adecuarse a los cambios que trae consigo la tecnología, estilos, costumbres y preferencias de los clientes.

En la investigación de **Ríos M.S (2015)** concluye que un alto porcentaje de empresarios se adecuan a los factores externos como la innovación del producto.

15. El 62.5% “a veces” relaciona la productividad con gestión de calidad, esto evidencia que un alto porcentaje de empresarios de la zona se encuentran implementando procesos

de gestión de calidad a fin de obtener satisfacción y cubrir las expectativas del consumidor o cliente.

16. El 37.5% afirma que “casi siempre” se aumenta la rentabilidad del negocio ante la mejora continua, consecuencia de la implementación de procesos de gestión y de la estandarización de procedimientos.

Ríos, M.S (2015) concluye en su investigación que el 75% considera que la calidad de servicio genera utilidad y rentabilidad.

17. El 62.5% manifiesta que “casi siempre” su negocio es competitivo frente a la competencia, estos negocios consideran que cuentan con un valor agregado esto generalmente se da en el servicio de atención al cliente, a la especialidad del restaurante o la variedad en sus potajes, lo cual permite ser competitivo y mantenerse en el mercado. Este resultado se encuentra apoyado en la teoría de **Vera M. (2004)** quien indica “La calidad en el servicio de un restaurante es una parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones”.

18. El 37.5% “casi siempre”, considera que el reconocimiento mejora la imagen del negocio lo cual trae consigo beneficios y permite afianzarse en el mercado y captar nuevos clientes.

19. El 62.5% indica que “casi siempre” tienen capacidad operativa para cumplir con sus compromisos. Este indicador muestra que estas mypes cuentan con capacidad y recursos disponibles para la creación de productos y servicio, pero se debe considerar una herramienta de medición que determine resultados de medición de la eficiencia y productividad de los procesos implementados, para la toma de decisiones acertadas. **Carrillo y Chicaiza (2013)**, concluye en su investigación que la implementación de un SIG, permitirá mejorar la capacidad operativa de una empresa en cuanto a identificar, prevenir y controlar los problemas que afecten la calidad del producto.

20. El 25% “siempre”, manifiestan que cuentan con un crédito comercial a través de sus proveedores o entidades financieras, debido a las buenas relaciones que mantienen a través del cumplimiento de sus transacciones comerciales. Este porcentaje también se evidencian en la investigación de **Román, L. (2015)** respecto a que el 71% inicio el negocio de restaurante con un préstamo bancario o familiar, donde el 57% tuvo inconveniente de obtener un préstamo bancario o comercial ya que no aplican a crédito.
21. El 25% de” casi siempre”, se proveen de un respaldo económico resultado de la rentabilidad obtenida de su negocio. Asimismo, se evidencia que la diferencia de este porcentaje son emprendimientos informales, por no tener crédito de proveedores o relaciones comerciales con entidades bancarias lo que dificulta su presencia en el mercado. Según **Román L. (2015)** en su investigación concluye el 71% de estos negocios nacen como emprendimientos ante la necesidad de generarse una fuente de ingreso.

VI. CONCLUSIONES

- En referencia a la Gestión de Calidad aplicada en el rubro de restaurantes, se pudo comprobar que existe competencia entre los emprendimientos formales e informales en la Urbanización Los Cedros de Villa – Chorrillos; lo que induce a los negocios formales a la aplicación de algunos procesos de gestión de calidad a fin de mantenerse en el mercado y crecer empresarialmente. Asimismo, los negocios informales en gran porcentaje desconocen la gestión de calidad y de los beneficios que trae consigo.
- A través de esta investigación se obtuvo resultados que indican que muchos de estos negocios planifican sus labores, se organizan y supervisan sus tareas diarias; al respecto, se puede deducir que a través de la planificación estos negocios adquieren cierto dominio del flujo de sus actividades, consolidando además sus rutinas diarias; lo que, permite corregir errores y problemas oportunamente.
- Según la investigación, se pudo conocer que los procedimientos de gestión de calidad son aplicados empíricamente en estos negocios, ya que consideran que el producto es el resultado del proceso; por lo que ponen empeño en el abastecimiento de sus insumos, almacenamiento, transformación, estandarización de los procedimientos y servicio, así como de la apariencia del personal de cocina y atención.
- Esta investigación demostró que los encuestados no consideran importante la capacitación de sus colaboradores, calificando esto como una inversión innecesaria, salvo si es dirigida a familiares o parientes cercanos, además a esta pregunta, manifestaron que efectúan inducción y entrenamiento a sus trabajadores a fin de que estos se familiaricen con la rutina diaria y se involucren con las actividades programadas.

- En referencia a la influencia de los beneficios de la Gestión de Calidad; los negocios de la muestra son conscientes que los beneficios obtenidos se traducen en rentabilidad, por lo cual ejecutan acciones dirigidas a la satisfacción, fidelización y captación de nuevos clientes a fin de obtener mayores ingresos
- Según la encuesta efectuada se pudo comprobar que un alto porcentaje de los emprendedores han logrado compromiso de sus colaboradores, creando un ambiente de trabajo en equipo, uso adecuado de los recursos disponibles y optimo uso del tiempo, estos factores repercuten en beneficio de la empresa porque permite que fluya la comunicación y se reduzca el tiempo de respuesta ante cualquier contingencia.
- Respecto a la influencia en los beneficios de la gestión de calidad, los negocios de la zona han reducido costos con la aplicación de algunos procedimientos de gestión, obteniendo mayor rentabilidad, capacidad operativa, crédito comercial y respaldo económico.
- Se puede deducir de la encuesta efectuada que los emprendedores de la zona aplican algunos procesos de gestión de calidad; debiéndose resaltar que sus acciones deben ser apoyadas por un profesional sobre dirección y administración de restaurante, para una buena planificación estratégica de sus objetivos y metas que introduzca procesos de gestión logístico, recursos humanos, financieros, uso de tecnología, así como de la planificación de estrategias, plan de marketing, publicidad, promoción, precios, para una mejora continua, considerando que el éxito de una empresa deriva de la integración de cada uno de sus procesos que marca el desempeño y éxito empresarial.

REFERENCIAS

- Antúnez, C. L. (2016). *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Restaurantes, en la Ciudad de Huarney, 2016*, para Licenciatura de Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima – Perú.
- Carrillo y Chicaisa, (2013). En su informe de tesis para el proyecto de *Implementación de un Sistema Integrado de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria, en el sector servicio, rubro de catering, de la ciudad de Guayaquil – Quito – Ecuador*, para Magister en Administración de Empresas
- Decreto Supremo N° 025-2004-Mincetur. Reglamento de Restaurantes.
- The W. Edward Deming Institute. (2014). *The Men*. Recuperado de <https://www.deming.or/theman/overview>.
- Evans, J & Lindsay, W, (2000). *La administración y el control de la calidad*.
- Gómez, M. (2002). *Competitividad de las pymes: ¿cómo pueden las pequeñas y medianas empresas de costa rica competir en el mercado local e internacional?* Recuperado el 11 de diciembre, 2013, de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/download/1183/1106>
- Gonzales, L.J. (2014). *Gestión Empresarial y Competitividad en la MYPES del sector Textil en el marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de la Victoria – año 2013*
- Gordillo, O.V. (2014). *Evaluación de la Gestión de Proyectos en el Sector Construcción del Perú*.
- Goicochea, K (2015). *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro Restaurantes del Boulevard Gastronómico del Distrito de Villa María del*

- Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015*, tesis para optar la Licenciatura en Administración.
- Hernández, J (2017). En la Tesis respecto a la *Satisfacción del cliente y el nivel de fidelización en restaurantes familiares de San Miguel, San Isidro y Jesús María*, para optar el título profesional de Licenciado en Gastronomía y Gestión de Restaurantes Universidad San Ignacio de Loyola. Lima - Perú.
- Herrera, J., & Hidalgo, N. (2014). *Dynamics of informal microenterprises and poverty in Peru: a panel approach*. En J. Cling, S. Lagrée, M. Razafindrakoto, & F. Roubaud, *The Informal Economy in Developing Countries*. Oxford y Nueva York: Routledge.
- Huamán, J. (2009). “*Las MYPE en el Perú*”. Extraído el 05 de agosto del 2014, de: <http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/mypes-en-el-peru.htm>
- Juran, J. (1990). “*Juran y el liderazgo para la calidad*”. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Ley N° 26935, “*Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas*”.
- López, D. (2018). En su tesis titulada *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del sector de servicio, rubro restaurante de la ciudad Guayaquil – Ecuador*, para el grado de Magister en Administración de Empresas.
- Marcelino, M. & Ramírez, D. (2014). *Administración de la calidad; nuevas perspectivas*. (pp. 16-130). México: Grupo editorial patria, S.A. de C.V.
- Pillou, J. (2004)). EFQM – *Fundación Europea para la Gestión de la Calidad*. Extraído el 18 de marzo 2015, de: <http://es.kioskea.net/contents/qualite/efqm.php>.
- Ríos, M.S. (2015). *La Gestión de Calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco*, tesis para Licenciatura en Administración – Universidad Uladech-Perú.

- Rivas, V.E. (2014). *Planeamiento Estratégico y Competitividad en las Mype de servicio rubro restaurantes - urbanización la Providencia Piura 2014.*
- Román, C.L. (2015). *Caracterización del Financiamiento y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro Restaurante de comida china del Distrito de Barranco, Provincia de Lima, Departamento de Lima, Periodo 2014-2015*
- Sánchez, B, (2006). *La Mypes en Perú, su importancia y propuesta tributaria.* Revista de Investigación contable por el instituto de investigación de la Facultas de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos vol. 13, Núm.25.
- Sánchez, A (2017). En su tesis titulada *Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Dinner de Gualan, Zacapa – Guatemala 2017*, para el título de Administradora de Empresas en el grado académico de Licenciada; Universidad San Rafael Landívar - Guatemala.
- Torres, R.J. (2013). *Caracterización de la Gestión de Calidad en las Mypes del sector servicio Rubro Cevicherías del P.J. Miraflores bajo de la Ciudad de Chimbote, año 2013*, tesis para Licenciatura de Administración; Universidad Uladech - Perú
- Valdivia, N. (2003). *El heterogéneo mundo de la Pequeña y Microempresa.* Revista Gerencia IPAE 30-04-2003.

ANEXO 1

RELACION DE RESTAURANTES DE LA INVESTIGACION UBICADOS EN LA AV. ALAMEDA DEL SUR DE LA URBANIZACION DE LOS CEDROS DE VILLA CHORRILLOS

1	RAZON SOCIAL	RUC	DOMICILIO	REPRESENTANTE LEGAL
1	Inka´s Chicken And Grill – Restaurant E.I. R.L	10154250218	Asociación Los Incas Altura cdra. 11 y 12 Av. Alameda Sur Urb. Los Cedros De Villa Chorrillos	Basilio Velazco José Luis
2	Habla Pez Restaurant	20565692608	Av. Alameda Sur Cdra. 15, Urb. Los Cedros de Villa Chorrillos	Moreno Paredes Tatiana Lucia
3	La Isla Azul del Diego E.I.R.L	20544447450	Av. Alameda Sur Mz. F-06 Lote. L-23 Urb. Los Cedros de Villa (Altura Plaza Ve) Chorrillos	Loyola Vélez Erika Noelia
4	Chifa Felicidad	20600573218	Av. Alameda Sur N° 1506, Urb. Los Cedros de Villa Chorrillos	Zhang Huizhen
5	Restaurant “La Alameda Resto Bar”	20110479477	Av. Alameda Sur, N° 1526 Urb. Los Cedros de Villa Chorrillos	Navarro Terrazas José A.
6	Restaurante Cuchara Brava E.I.R.L	20544261356	Av. Alameda Sur Cdra, 15, Urb. Los Cedros de Villa Chorrillos	Bladimir Carbajal Smakov
7	Tacu Tacu Restaurante E.I.R.L	10352649245	Av. Alameda Sur 1699 Urb. Los Cedros de Villa, Chorrillos	Julio Martínez, Herrera
8	Chifa Restaurante Chun – Koc Sac	2052416820	Alameda Los Cedros Mza. N6 Lote. 10, Urb. Los Cedros de Villa - Chorrillos	Landa De Tong Luz Ketty

ANEXO 2

CUESTIONARIO ESCALA DE LIKERT

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
1	2	3	4	5

V.1 GESTION DE CALIDAD	ALTERNATIVA					
D. 1 PLANIFICACION						
1	¿Ha planificado las metas y objetivos que desea alcanzar con su negocio?	1	2	3	4	5
2	¿Organiza sus actividades diarias?	1	2	3	4	5
3	¿Implementa procesos para una buena gestión de calidad?	1	2	3	4	5
D.2 CONTROL						
4	¿Supervisa todos sus procesos de gestión a fin de detectar las falencias?	1	2	3	4	5
5	¿Evalúa a sus proveedores o socios estratégicos?	1	2	3	4	5
6	¿Corrige las deficiencias de atención y servicio otorgado a los clientes?	1	2	3	4	5
D.3 MEJORAS						
7	¿Capacita a sus trabajadores según sus habilidades o competencias?	1	2	3	4	5
8	¿Implementa mejoras de infraestructura y acondicionamiento para la conservación y almacenamiento de sus insumos?	1	2	3	4	5
9	¿Cree que la mejora continua es fundamental para fidelizar a sus clientes?	1	2	3	4	5
V. 2 BENEFICIOS	ALTERNATIVA					
D. 1 COMPROMISO						
10	¿El desempeño de sus trabajadores es eficiente?	1	2	3	4	5
11	¿Sus colaboradores utilizan el tiempo de su jornada laboral adecuadamente?	1	2	3	4	5
12	¿La utilización de sus recursos es planificada y ordenada?	1	2	3	4	5
D. 2 MEJORA DE LA CALIDAD						
13	¿Sus clientes consideran que sus productos o servicio son confiables?	1	2	3	4	5
14	¿Cree que ser innovador puede mejorar la calidad de un producto o servicio?	1	2	3	4	5
D.3 DESARROLLO ORGANIZACIONAL						
15	¿Relaciona productividad con una buena gestión de calidad?	1	2	3	4	5
16	¿Aumento la rentabilidad de su negocio ante las mejoras?	1	2	3	4	5
D.4 SATISFACCION CLIENTE						
17	¿Su negocio es competitivo frente a los negocios del entorno?	1	2	3	4	5
18	¿Ser reconocido en el mercado mejora la imagen de su negocio?	1	2	3	4	5
D.5 MEJORA LA RENTABILIDAD						
19	¿Cuenta con capacidad operativa para cumplir con sus compromisos?	1	2	3	4	5
20	¿Tiene acceso a crédito comercial con sus proveedores o entidades financieras?	1	2	3	4	5
21	¿Cuenta con un respaldo económico?	1	2	3	4	5